PROFIL

nr 11 (78) listopad 1999

Pakiet Universum dla wymagających

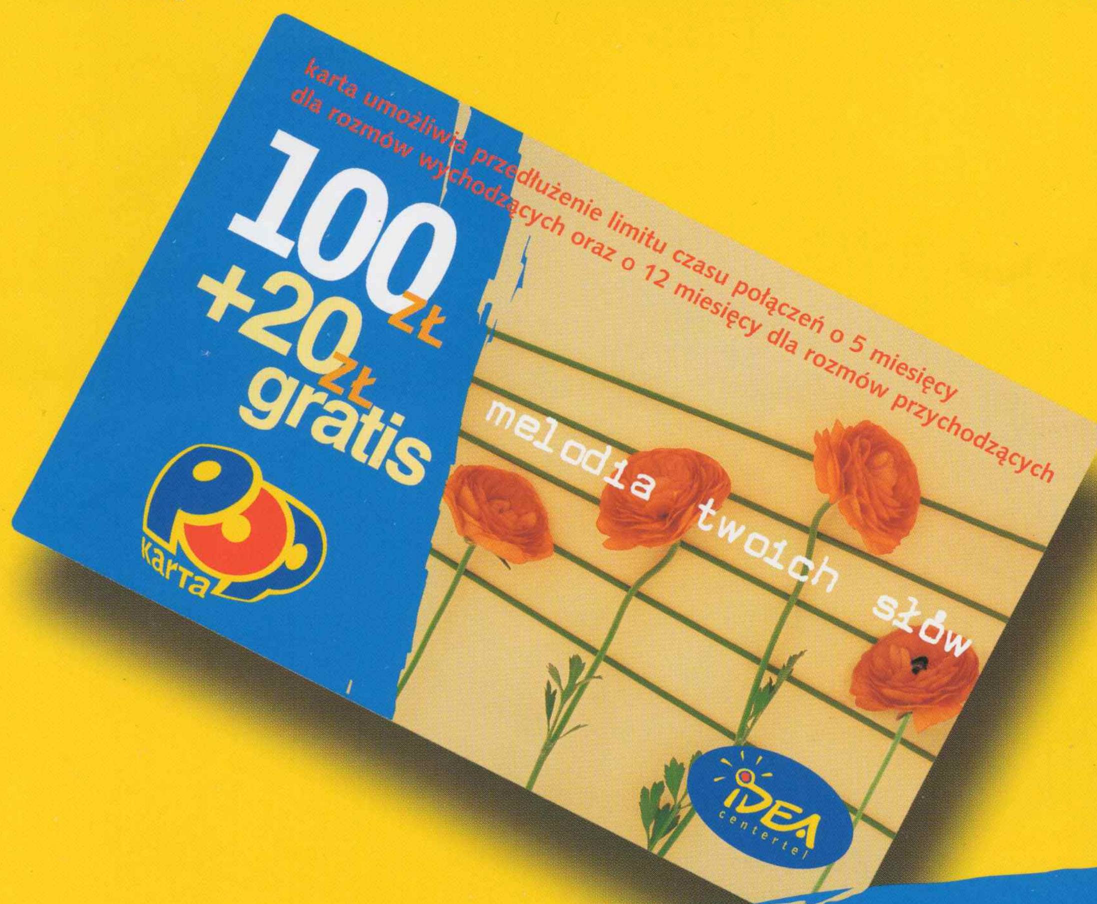
Kulturalny raport

Atrakcyjny adres w Internecie

CENTERTEL

więcej mówisz, mniej płacisz!
+20 zł gratis!

5 miesięcy dla rozmów wychodzących



Nowa POPkarta o nominale 100 zł.
daje Ci możliwość rozmawiania za 120 zł.
POP po prostu daje Ci 20 zł gratis.
Karta umożliwia przedłużenie limitu czasu połączeń
o 5 miesięcy dla rozmów wychodzących
oraz o 12 miesięcy dla rozmów przychodzących.
POPkartę można nabyć w Salonach Firmowych
oraz u Autoryzowanych Przedstawicieli PTK Centertel,
jak również w wybranych kioskach z prasą
i stacjach benzynowych.



usługa dostępna w sieci **Idea**

Bezpłatna infolinia: 0-800 123456 www.pop.centertel.pl

Szanowni Państwo,

Listopadowy numer naszego magazynu rozpoczynamy od przedstawienia zmian, które zaszły w Biurze Obsługi Klienta. Obecnie, dzięki wprowadzeniu tzw. systemu IVR, przekształciło się ono w Biuro „zautomatyzowane". Większość z Państwa może teraz szybciej dotrzeć do potrzebnych informacji, krócej też potrwa oczekiwanie na połączenie z konsultantem.
Najbardziej wymagających użytkowników z pewnością zainteresuje pakiet UNIVERSUM, w którego skład – oprócz dodatkowych akcesoriów i usług – wchodzi pierwszy na świecie trzyzakresowy aparat GSM 900/1800/1900 Motoroli.
W dziale „Mobile" prezentujemy nowe roamingi w sieci Idea – w tym sieć kanadyjską w standardzie GSM 1900, oraz wyniki konkursu dla dzieci (konkurs Taty Pytona).

Tematem miesiąca jest kultura przez duże i małe „k", czyli kultura „wysoka" i popularna w Polsce. Przeczytają Państwo m.in. o lokalnych inicjatywach kulturalnych (regionalnych grupach twórców, zespołach, festiwalach), ale również o organizowaniu wydarzeń elitarnych – wielkomiejskich wystaw, przedstawień teatralnych. Uzupełnieniem jest raport o stanie czytelnictwa w Polsce („Zmierzch słowa pisanego").

W dziale „W sieci" polecamy artykuł o adresowaniu stron w Internecie i nadużyciach, związanych z rejestrowaniem domen adresowych („Zarejestruj się w Sieci").
Warto też poczytać o tym, jak w różnych częściach naszego globu przebiegają przygotowania do przywitania sylwestrowej nocy i nowego milenium („Bądź gotowy na rok 2000"). „Po godzinach" zapraszamy Państwa do odwiedzenia Izraela oraz przedstawiamy książkowy „Kanon na koniec wieku".

Zapraszamy do lektury –

Redakcja

PROFIL
– magazyn abonentów ptk centertel

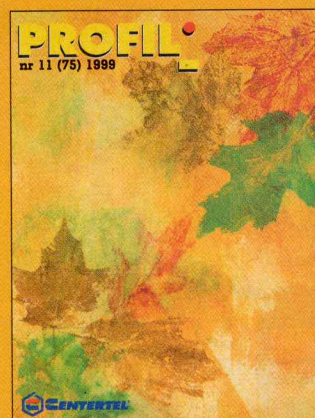
wydawca: polska telefonia komórkowa centertel sp. z o.o.
redakcja: biuro komunikacji marketingowej ptk

redaktor naczelny: iwona zabielska
sekretarz redakcji: krzysztof adelt
redakcja: agnieszka guzek, maria piskorska
korekta: irena szewczyk
reklama: patrycja wąsowska
tel. (0-22) 656 14 44 w. 1315
opracowanie graficzne: jurek wasiukiewicz

adres redakcji:
ul. sienna 75, warszawa
adres do korespondencji:
ul. żelazna 28/30,
00-832 warszawa
tel. (0-22) 656 15 97;
faks (0-22) 656 15 51

druk: drukarnia prasowa, łódź
druk okładki: drukpol, sulejówek

redakcja nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczonych reklam.



projekt okładki: włodzimierz walus

PTK Centertel – MINI-INFORMATOR

Informacja handlowa
0-800 123456 – połączenie bezpłatne z dowolnego aparatu
(0)90 234567 – połączenie bezpłatne w sieci NMT
(0)501 123456 – połączenie bezpłatne w sieci Idea Centertel

Biuro Obsługi Klienta:
*22 – połączenie bezpłatne z telefonu komórkowego (tylko na terenie Polski)
501 100 100 – połączenie bezpłatne w sieci Idea
(0)22 634 28 82 – numer stacjonarny, połączenie płatne
+48 22 634 28 82 lub +48 501 100 100 – numery dla Abonentów, przebywających za granicą

90 200 123, 501 200 123 – informacja o numerach Abonentów PTK Centertel i numerach kierunkowych (*123 z telefonu komórkowego)

PTK Centertel w Internecie:



www.centertel.pl – strona domowa Polskiej Telefonii Komórkowej: informacje o firmie, aktualne informacje prasowe, odnośniki do podstron, sieć NMT (promocje, cenniki, telefony, zasięg, usługi dodane, roaming, ciekawe miejsca)



www.idea.centertel.pl – co to jest Idea, promocje, taryfy, telefony, zasięg, usługi dodane, roaming



sklep.centertel.pl – Idealny Sklep Wirtualny – sklep internetowy PTK Centertel (sprzedaż aparatów NMT i Idea, aktywacje, usługa POP)



www.pop.centertel.pl – usługa POP w sieci Idea (promocje, zestawy POP, usługi, aparaty, opłaty)



sms.centertel.pl – z tej strony można wysłać wiadomość tekstową do Abonenta sieci Idea (jeśli aktywował usługę „Internet SMS")

Głosowo-faksowe serwisy informacyjne:
90 234 234, 501 234 234 – serwis informacji handlowej PTK Centertel o sieci Idea: telefony (*15), usługi dodane (*115), ceny i promocje (*120), roaming międzynarodowy (*125), usługa POP (*130)
90 213 213, 501 213 213 – Wirtualny Serwis Ekonomiczny PTK Centertel i firmy Prorexim (internet: http://www.prorexim.com.pl): kursy walutowe (*15), oprocentowanie depozytów bankowych (*110), oprocentowanie kredytów bankowych (*115), serwis giełdowy (*125)
501 70 70 70 – serwis internetowy: Internet w sieciach NMT i Idea
501 277 277 – serwis informacyjny o SMS: krótkie wiadomości SMS w sieci Idea (*110), wysyłanie SMS-ów (*120), odbieranie SMS-ów (*130), dlaczego warto czytać SMS-y (*140), serwisy informacyjne oparte o funkcje SMS (*150), pakiet serwisów PAP (*151), serwis „Kursy walut Pekao S.A." (*152), serwis „Lotto-SMS" (*153), wysyłanie SMS-ów do Internetu (*160), usługi Internet-SMS i Idea-Email (*170), opłaty (*180)
90 200 175, 501 200 175 – horoskop Agnieszki: Baran (*11), Byk (*12), Bliźnięta (*13), Rak (*14), Lew (*15), Panna (*16), Waga (*17), Skorpion (*18), Strzelec (*19), Koziorożec (*110), Wodnik (*111), Ryby (*112)
W trakcie trwania połączenia z serwisami istnieje możliwość otrzymania wydruków po wybraniu „5" i „START" na faksie.

Dostęp do Internetu: *888 lub 501 80 80 80, w roamingu +48 501 80 80 80

Firmowe salony sprzedaży

BYDGOSZCZ: ul. Gdańska 67, tel. 21 12 12, 21 24 33, 0-90 600 600, faks 21 29 67.
GDAŃSK: ul. Tkacka 9/10, tel. 301 00 21, 301 14 14, 301 63 14, faks 301 64 12, 301 51 13.
GDYNIA: ul. Świętojańska 87, tel. 620 22 22, 0-90 50 60 70, faks 620 21 21.
LUBLIN: ul. Chopina 11, tel. 534 55 30, 743 64 80, 743 63 72, 0-90 200 600, 0-501 200 600, faks tonowo 534 55 65.
ŁÓDŹ: ul. Piotrkowska 232, tel. 0-90 209 020, 639 96 95 i tonowo: 10 lub 11 – salon, 20 – handlowcy, 60 lub 61 – serwis, 64 – faks.
KATOWICE: ul. Graniczna 29, tel. 256 40 18, 256 40 34, 0-90 345 678, faks 256 15 49.
KRAKÓW: ul. Piłsudskiego 22, tel. 421 65 76, 0-90 330 000, faks 421 64 88; ul. Starowiślna 62, tel. 422 29 59, 0-90 33 66 33, faks 422 26 83.
OLSZTYN: ul. Dąbrowszczaków 8/9, tel. 535 05 04, 0-90 500 500, faks 534 97 53.
POZNAŃ: ul. Wierzbięcice 9, tel. 865 19 20 lub 865 19 21 i tonowo: 1 – faks, 0-90 654 321, faks 833 79 80.
RZESZÓW: ul. Chodkiewicza 7, tel. 862 92 96, 853 91 00, 853 91 01, 0-90 333 222, faks 862 86 81.
SOSNOWIEC: ul. 3-go Maja 30, tel. 292 50 44, 0-90 321 321, faks 292 50 33.
SZCZECIN: ul. Kaszubska 52, tel. 488 40 61-64 i tonowo: 103 – salon, 115 – serwis, 114 – przedstawiciele handlowi, tel. 0-90 66 55 44; ul. Bolesława Krzywoustego 65, tel. 433 04 49, 433 94 58, 433 94 86, 433 93 07 i tonowo: 101 – salon, 103 – sprzedawcy, 110 – faks, tel. 0-90 600 222.
TORUŃ: ul. Rynek Staromiejski 24, tel. 663 50 00, 663 50 30, 0-90 50 50 20, faks 663 53 44.
WARSZAWA: ul. Pańska 57/61, tel. 656 15 54, 0-501 101 101, 0-501 001 052, 0-90 200 768, faks 656 15 06; ul. Okrzei 34, tel. 670 07 25, 670 16 50, 670 24 60, 670 23 88, 0-501 111 501, 0-501 000 502, 0-90 209 302, 0-90 272 999, faks 670 23 60; Al. Niepodległości 24/30, tel. 853 34 10, 853 34 15, 0-501 000 501, 0-501 000 505, 0-90 209 102, 0-90 200 034, faks 853 34 20.
WROCŁAW: ul. Odrzańska 25, tel. 44 71 66 i tonowo: 101 – salon, 202 – serwis, 121 – przedstawiciele handlowi, 111 – fax, 0-90 332 211; ul. Piłsudskiego 104, tel. 346 00 10 i tonowo: 101, 102, 103 – salon, 110 – faks, 0-90 33 22 33.

z profilu

listopad 1999

numer 11 (78)



temat miesiąca **Kultura na codzień**

19 Kulturalny raport
20 Kupowanie sztuki
22 Lokalny folklor
25 Zmierzch słowa pisanego

6 Automatyczne Biuro Obsługi Klienta

10 Telefony przełomu wieków

12 SMS-y w aparatach GSM

14 Nowe roamingi w Idei

16 Rozwiązanie konkursu Taty Pytona

18 90... ...501

30 Bądź gotowy na rok 2000
– problem stulecia czy zabawa tysiąclecia

32 Cyfrowa biblioteka

34 Od słowa do słowa
– felieton

35 Nowości wydawnicze

36 Co nowego w kinach?

37 Recenzje płytowe

38 Ziemia święta i przekorna
– wyprawa do Izraela

40 Gatunki wybitne
– naturalne futra i skóry na zimowe chłody

42 Dama w czerwieni
– zapach „Gucci Rush"

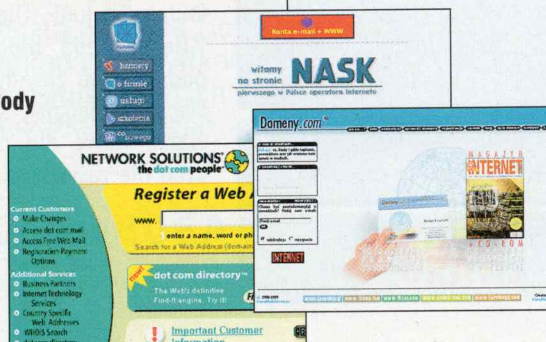


8 Pakiet Universum
– nowa oferta sieci Idea dla najbardziej wymagających użytkowników



26 Rzeczywistość we fragmentach
– wywiad z Andrzejem Mularczykiem, pisarzem, autorem scenariuszy do fimów *Sami swoi*, *Nie ma mocnych*, *Kochaj albo rzuć*, współscenarzystą serialu *Dom*.

28 Zarejestruj się w sieci
– własna domena internetowa jest dla szanujących się firm „elektroniczną wizytówką".



AUTOMATYCZNE Biuro Obsługi Klienta

Biuro Obsługi Klienta jest najważniejszym ogniwem, łączącym Klientów z każdą firmą telekomunikacyjną. Służy pomocą i informacją, powinno też umożliwiać jak najsprawniejszą obsługę wszystkich zgłoszeń. Dlatego właśnie w sieciach NMT i Idea BOK zostało wyposażone w system Interactive Voice Response (IVR), czyli interaktywny („inteligentny") system udzielania odpowiedzi.

IVR to nic innego, jak **Automatyczne Biuro Obsługi** – system, który zapewnia niemal natychmiastowe uzyskanie odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania. Jest to **uzupełnienie** dotychczasowego systemu, gdyż w każdej chwili (np. w razie jakichkolwiek wątpliwości) można uzyskać połączenie z konsultantem BOK.

Wprowadzenie Automatycznego Biura Obsługi pozwoli **skrócić** czas oczekiwania na połączenie z konsultantem tym z Państwa, którzy dzwonią w „nietypowej sprawie". Ważne jest również to, że dzięki nagranym komunikatom, wszyscy z Państwa otrzymają dokładnie te same informacje.

W czym pomoże Automatyczne Biuro Obsługi? Aby uzyskać podstawowe informacje na temat numerów do systemu poczty głosowej, centrum wiadomości SMS, usług dodatkowych lub kodów dostępu, nie trzeba będzie oczekiwać na połączenie z konsultantem. Informacji udzieli automat, który odpowiednio nagrane komunikaty może powtarzać wielokrotnie.

Jak działa IVR? Zasada jest bardzo prosta. Warunkiem korzystania z IVR jest posiadanie przez aparat funkcji wybierania tonowego. Taką możliwość dają wszystkie nowoczesne telefony komórkowe, a także większość nowych aparatów stacjonarnych. Po uzyskaniu połączenia usłyszymy listę zagadnień, o które możemy zapytać (jest to menu główne). Poszczególnym zagadnieniom przyporządkowane są odpowiednie cyfry (całe menu przedstawiamy na schemacie obok).

Jeżeli decydujemy się na wybór np. usług dodatkowych, to po wciśnięciu klawisza „5" uzyskamy dostęp do kolejnej listy, zwanej menu usług dodatkowych. Jest ono już bardziej wyspecjalizowane, i pozwala dokonać wyboru konkretnego typu usługi. Co ważne, **w każdej chwili istnieje możliwość powrotu do poprzedniego menu, powtórzenia opcji bieżącego menu lub połączenia z konsultantem**, który będzie wiedział skąd Klient „przybywa".

Wprowadzenie IVR nie oznacza rezygnacji z dotychczasowych form kontaktu telefonicznego z naszymi Klientami. Automatyczne Biuro Obsługi przejmuje jedynie obsługę standardowych i powtarzalnych problemów Klientów, dzięki czemu nasi konsultanci będą mogli szybciej niż dotychczas reagować na zgłoszenia nietypowe (np. w sprawie zablokowania skradzionej karty SIM lub aparatu).

Mamy nadzieję, że po wprowadzeniu systemu IVR będą Państwo zadowoleni z pracy Biura Obsługi Klienta. Nowi Klienci będą mogli poznać podstawowe zasady działania sieci, dowiedzieć się o sprawach, które dla początkujących nie zawsze są oczywiste. Jeśli czegoś nie zapamiętają, będą mogli wielokrotnie odsłuchiwać nagraną informację, bez żadnych finansowych obciążeń z tego tytułu.

Ci z Państwa, którzy dokładnie wiedzą, na jaki temat potrzebują informacji, znajdą je bardzo szybko, nie tracąc czasu na oczekiwanie w kolejce. Dzięki IVR, wielu z Państwa dowie się o oferowanych przez PTK Centertel usługach dodatkowych, pozna zasady ich działania, co będzie dobrym wstępem do wyjaśniającej wszystkie szczegóły rozmowy z konsultantem. Wszelkie zmiany i nowości będą na bieżąco wprowadzane do systemu tak, by rozwiązanie lub wyjaśnienie czekało już na Państwa.

Zachęcamy do zgłaszania swoich uwag i propozycji, dotyczących wprowadzania zmian oraz rozbudowy systemu. Będziemy wdzięczni za wszystkie sugestie.

Czy taka forma, jak Automatyczne Biuro Obsługi, sprawdzi się, czy jest w ogóle konieczna? Zamiast tego, możnaby przecież zwiększyć ilość konsultantów odbierających rozmowy. Podstawowym kryterium oceny Biura Obsługi Klienta jest jednak jakość obsługi. Aby spełnić Państwa wymagania, a także międzynarodowe normy jakości ISO, chcemy zautomatyzować niektóre procesy. Już teraz zapraszamy wszystkich Państwa do korzystania z Automatycznego Biura Obsługi oraz sprawdzenia jego możliwości.

Izabela Woźnica

• Automatyczne Biuro Obsługi Klienta

Menu główne

1. Faktury i płatności
2. SMS i Poczta głosowa
3. Informacja POP
4. Taryfa Ekstra
5. Usługi dodatkowe

* Powrót do poprzedniego menu

0 Połączenie z konsultantem

(1.) Informacje o pierwszej fakturze, formularzu faktury, dane finansowe klienta, SMS ponaglający, wezwanie do zapłaty. W tej części można zamówić kopię faktury, wydruk szczegółów rozmów.

(2.) Zasady wysyłania i otrzymywania SMS-ów, informacje o poczcie głosowej.

(3.) Informacja o cenniku POP, usługach dodatkowych POP, aktywacja POP.

(4.) Informacja o taryfie (przełączenie do konsultanta)

(5.) Informacje o usługach dodatkowych w sieci Idea i NMT.

Idealne Usługi Sieciowe



Usługi sieciowe - wszystko jak na dłoni

Podajemy Ci pomocną dłoń – bezpłatny pakiet usług w sieci **Idea**.
Będąc Abonentem naszej sieci możesz bezpłatnie korzystać z następujących usług:

- poczta głosowa
- **SMS** przychodzący
- prezentacja numeru osoby dzwoniącej (tzw. **CLIP**)
- możliwość przekierowania połączenia
- możliwość zawieszenia połączenia
- informacje o połączeniu oczekującym
- połączenie konferencyjne.

Za dodatkową opłatą **Idea** oferuje następujące usługi:

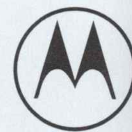
- poczta głosowa Gold
- blokada identyfikacji własnego numeru (tzw. **CLIR**)
- transmisja danych i faksów
- blokada połączeń

1000 spraw. Jedna IDEA

Bezpłatna Infolinia 0-800 123456, www.idea.centertel.pl
Serwis głosowo-faksowy SMS: 501 277 277

Teraz wystarczy tylko ruszyć głową
i ...palcami.

Pakiet UNIVERSU



Nowa oferta sieci Idea dla najbardziej wymagających użytkowników.

Wraz z jesiennymi chłodami powracają do nas wspomnienia egzotycznych krajów, ciepłych plaż i dalekich podróży. Dzięki umowom roamingowym, Abonenci sieci Idea mogą korzystać ze swoich telefonów w niemal 70 krajach na 6 kontynentach (Europa, Azja, Afryka, Ameryka Północna, Ameryka Południowa i Australia). Od niedawna partnerami roamingowymi sieci Idea są operatorzy sieci GSM 1900 ze Stanów Zjednoczonych i Kanady. Aby móc korzystać z usług sieci w tym standardzie, trzeba mieć aparat pracujący w paśmie 1900 MHz. Najwygodniejszym i najbardziej uniwersalnym rozwiązaniem jest tu telefon, który może obsługiwać wszystkie pasma radiowe i standardy GSM. Prezentujemy Państwu premierowy na polskim rynku, pierwszy trzyzakresowy aparat GSM 900/1800/1900 na świecie – model Motorola L-7089. Pracując w sieci dwuzakresowej (GSM 900/1800), przełącza się on automatycznie pomiędzy pasmami radiowymi. Gdy znajdzie się w zasięgu sieci GSM 1900, wystarczy ręcznie wybrać odpowiednie ustawienie w menu aparatu, aby móc dzwonić.

Dobra organizacja własnego czasu i elastyczność to cechy decydujące o sukcesie w świecie biznesu. Dlatego tak ważna jest możliwość pozostawania w stałym kontakcie z biurem podczas najdalszych podróży i dostęp do najświeższych wiadomości. Motorola L-7089 to nie tylko dobry wybór dla kogoś, kto potrzebuje łatwego w użyciu, funkcjonalnego telefonu, pomagającego organizować i realizować zadania w ciągu dnia. To jednocześnie najbardziej zaawansowane technologie i najlepsza stylistyka.

Motorola L-7089 – dane techniczne

Wymiary: 130 x 46 x 23 mm
Waga: 108g
Rodzaj karty SIM: mała
Antena: stała
Wyświetlacz: graficzny, do 5 linii tekstu oraz ikony
Czas gotowości: 40-150 godz.
Czas rozmowy: 120-210 min
Czas ładowania: 2 godz.

Z myślą o tych z Państwa, którzy cenią sobie wygodę, często podróżują i chcą korzystać z urządzeń najwyższej jakości, stworzyliśmy w Idei specjalny pakiet UNIVERSUM. Oprócz telefonu Motorola L-7089, pakiet ten zawiera dodatkowe akcesoria (zestaw słuchawkowy – bardzo użyteczny dla kierowców, i klips do paska) oraz – bezpłatnie – usługi informacyjne.

Aparat Motorola L-7089 jest niewielki, estetycznie wykonany i wyposażony w wiele zaawansowanych funkcji. Można go wygodnie obsługiwać tylko jedną ręką. Wspomniana „trzyzakresowość" podnosi znacznie walory telefonu jako doskonałego narzędzia, dającego nowe możliwości roamingowe. Oszczędność czasu i większą wygodę użytkowania osiągnięto dzięki funkcji głosowego wybierania numerów (wystarczy ustalić „hasła wywoławcze" dla najczęściej wybieranych numerów – maksymalnie dla 25; aparat będzie się automatycznie łączył z odpowiednim numerem po wypowiedzeniu „hasła"), jak również opcji głosowego wybierania funkcji menu. Notatki głosowe to z kolei duże ułatwienie w sytuacji, gdy na przykład nie mamy długopisu i kartki, albo mamy zajęte ręce. Po naciśnięciu jednego klawisza możemy nagrać wiadomość, którą telefon zachowa w pamięci. Funkcja ta odpowiada zatem prostemu dyktafonowi.

Wielu użytkowników telefonów komórkowych skarży się na niewyraźnie wyświetlane komunikaty i słabą jakość wyświetlaczy. W nowej Motoroli rozwiązano ten problem dzięki specjalnie zaprojektowanemu, dużemu wyświetlaczowi typu Optimax. Wydaje się on być pokryty podkładem odblaskowym, co sprawia, że wyświetlane napisy i grafiki są znacznie bardziej czytelne, i to również z boku (pod kątem) czy przy ograniczonym oświetleniu. Wyświetlacz jest w pełni graficzny i mieści do 5 linii tekstu, oraz

Elementy pakietu UNIVERSUM

Każdy nabywca pakietu UNIVERSUM otrzymuje:

- **aparat Motorola L-7089 z zestawem słuchawkowym**, klipsem do paska i oprogramowaniem komunikacyjnym;
- **bezpłatną aktywację** wraz z tzw. **Złotym Numerem**, czyli numerem specjalnie wyselekcjonowanym i łatwym do zapamiętania;
- już z chwilą zakupu – **bezpłatny dostęp do usługi roamingu**, bez której nie można korzystać z telefonu komórkowego za granicą;
- **dwa serwisy informacyjne SMS** do wyboru spośród wszystkich oferowanych w sieci Idea (GIEŁDA, POGODA, INFORMACJE, INFORMACJE DLA KIEROWCÓW, IMIENINY, CIEKAWOSTKI i PROGRAM TV) – serwisy te są **bezpłatne** przez 6 miesięcy od dnia włączenia się do sieci;

* **książeczkę „Roamingi w sieci Idea"** – praktyczny informator o ponad 110 partnerach roamingowych sieci Idea;
* **tzw. „Welcome Pack"** – przystępne kompendium na temat sieci Idea i korzystania z jej usług.

Specjalna oferta dla uczestników Programu Lot Voyager

Posiadaczom kart LOT VOYAGER proponujemy zakup pakietu UNIVERSUM na wyjątkowych zasadach. Zapraszamy do Salonów Firmowych PTK Centertel, gdzie uzyskają Państwo pakiet UNIVERSUM za 899 PLN netto, oraz 1000 mil do puli programu LOT VOYAGER. Zachęcamy również do bezpośredniego kontaktu z naszymi Przedstawicielami Handlowymi – numery telefonów będą podane w liście, którzy wysyłane jest do wszystkich uczestników programu.

dodatkowo ikony odpowiadające poszczególnym funkcjom aparatu. Dzięki zastosowaniu 3 systemów poprawy jakości dźwięku (FR/EFR/HR), głos nie jest zniekształcany.

W sytuacji, gdy dzwonek naszego telefonu jest niepożądany (na przykład w kinie czy na ważnym spotkaniu), o nowej rozmowie dyskretnie powiadomi nas wbudowane urządzenie wibrujące. Możliwe jest także takie ustawienie tej funkcji, aby telefon po kilku sygnałach bez odbierania rozmowy uruchamiał tradycyjny dzwonek.

Układ menu będzie dobrze zrozumiały dla dotychczasowych użytkowników telefonów Motorola (nie wprowadzano większych zmian). Obsługę aparatu ułatwiają klawisze szybkiego dostępu do najważniejszych funkcji (Quick Access Key), oraz system graficznej prezentacji poszczególnych opcji (ikonki).

Motorola L-7089 ma menu m.in. w polskiej wersji językowej, do wyboru jest także 11 podstawowych dźwięków (melodii) dzwonka i sygnałów dla wiadomości SMS. Tworząc własną książkę telefoniczną, można wykorzystać nie tylko kartę SIM, ale również 100 komórek w pamięci aparatu.

3 systemy

Pakiet UNIVERSUM to ekskluzywne narzędzie dla aktywnych Użytkowników.
Pakiet UNIVERSUM to:
- trzysystemowy telefon Motorola Timeport*
- karta SIM z bezpłatną aktywacją
- Złoty Numer w sieci Idea
- dostęp do roamingu z chwilą aktywacji
- wybrane serwisy SMS

Motorola Timeport to pierwszy trzysystemowy telefon dostępny wyłącznie w sieci Idea.

IDEA UNIVERSUM to unikalna możliwość korzystania z jednego telefonu, zarówno w Polsce jak i w USA.

SPECJALNA OFERTA DLA LUDZI BIZNESU

UNIVERSU




TRZYSYSTEMOWY telefon Motorola Timeport



*Aparat posiada SIM Lock, to znaczy współpracuje tylko z kartą SIM w sieci Idea.

Motorola L-7089 jest przystosowana do łatwej współpracy z komputerem. Dzięki portowi na podczerwień niepotrzebne jest stosowanie dodatkowych przewodów do połączenia telefonu z komputerem. Na komunikację z komputerem pozwala wbudowany modem. Do aparatu dołączona jest płyta CDROM z oprogramowaniem TrueSync, przeznaczonym do zarządzania zapisami książki telefonicznej i wiadomościami SMS.

Telefon obsługuje wszystkie podstawowe funkcje systemowe GSM. Umożliwia zatem przekierowywanie, blokowanie i zawieszanie połączeń, wykonywanie połączeń konferencyjnych, odbieranie i wysyłanie krótkich wiadomości tekstowych SMS. Zapewnia także dostęp do listy 10 wykonanych, odebranych i nieodebranych połączeń. Transmisja danych w aparacie odbywa się ze standardową prędkością do 9600 bps.

W sieci Idea aparat Motorola L-7089 oferowany jest wyłącznie w ekskluzywnym pakiecie UNIVERSUM. Obejmuje on szereg dodatkowych materiałów, usług i akcesoriów, a wszystko to za atrakcyjną cenę (w promocji pakiet kosztuje 999 PLN netto). Pakiet UNIVERSUM dostępny jest jedynie w Salonach Firmowych PTK Centertel. Dodatkowe warunki promocyjne przewidziano dla klientów Polskich Linii Lotniczych LOT, którzy często podróżują i posiadają kartę programu LOT VOYAGER.

Daniel Opolski

Telefony przełomu WIEKÓW

Jeszcze kilka lat temu „komórka" (nawet największa i uboga w funkcje) uznawana była za przedmiot ekskluzywny i bardzo nowoczesny. Rozwój standardu GSM przekroczył najśmielsze nawet oczekiwania, a producenci prześcigają się w opracowywaniu aparatów coraz bogatszych w funkcje.

Telefony komórkowe, wprowadzane do oferty operatorów sieci, można z grubsza podzielić na dwie kategorie. Do pierwszej należą te aparaty, które pozwalają spełniać podstawowe wymagania użytkowników. Przeważnie, poza możliwością wykonywania i odbierania rozmów, nie obsługują one części dodatkowych funkcji, są stosunkowo duże i niezbyt lekkie. Ich niewątpliwą zaletą jest natomiast niska cena.

Druga kategoria to aparaty z „wyższej półki". Modele ekskluzywne są nie tylko niewielkie, lekkie i ładnie wystylizowane. Obsługują wszystkie funkcje standardu GSM, ale dają też użytkownikowi wiele dodatkowych możliwości. Zazwyczaj można w nich umieszczać bardzo dużą ilość wpisów w książce telefonicznej, często mają one wbudowane urządzenie wibrujące (powiadamiające dyskretnie o rozmowie) czy też możliwość zapisywania krótkich notatek w pamięci telefonu (na zasadzie uproszczonego dyktafonu).

W zasadzie standardem jest już dzisiaj zapewnienie współpracy aparatu z komputerem – czy to poprzez port podczerwieni, czy też za pośrednictwem wbudowanego w aparacie modemu (który wystarczy połączyć przewodem z gniazdem RS-232 w komputerze).

Niektórzy producenci w poszukiwaniu oryginalnych rozwiązań umożliwiają użytkownikom łatwą, samodzielną wymianę części bądź całości obudowy aparatu. Gama oferowanych kolorów i wzorów jest tak szeroka, że każdy telefon może być wyjątkowy i rozpoznawalny na pierwszy rzut oka.

Modele, których wprowadzenia na rynek należy spodziewać się na początku 2000 roku, uczynią kolejny przełom technologiczny w rozwoju telekomunikacji. W większości miniaturowe aparaty będą w sobie kryły naprawdę ogromne możliwości. Przyjrzyjmy się najważniejszym zmianom. Produkuje się już telefony wielkości pudełka od zapałek, ważące mniej niż zegarek na rękę (np. Motorola). Zmniejszanie aparatu powoduje jednak zmniejszanie się wielkości wyświetlacza, która okazuje się kluczowa dla nowych zastosowań XXI w. Pomyślano więc i o modelach, w których wyświetlacze są kilkukrotnie większe od aktualnie stosowanych (Ericsson, Nokia, Motorola i in.)

Telefony komórkowe w XXI w. będą oferowały wiele możliwości, znanych z komputerów osobistych. Znacznie rozbudowane zostaną już dziś dostępne funkcje, związane z organizowaniem czasu (wbudowane kalendarze z rozkładem zajęć). Kieszonkowe wersje edytorów tekstu czy baz danych przydadzą się nie tylko biznesmenom, ale i osobom pracującym w domu.

Rozwój udostępnianej już teraz platformy SIM Toolkit umożliwi swobodny dostęp do naszego rachunku bankowego i dysponowanie zgromadzonymi na nim środkami, jak również uzyskiwanie informacji na każdy, interesujący nas w danym momencie temat (repertuar kin, pogoda, rezerwacja biletów lotniczych).

Telefony-terminale z funkcją odczytywania i weryfikowania kart płatniczych w czasie rzeczywistym (oferowane np. przez Motorolę) pozwolą dokonywać bezpiecznych transakcji w sklepie, restauracji, na stacji benzynowej, uwalniając nas od konieczności noszenia gotówki.

Najciekawsze zmiany w telefonach komórkowych dotyczą transmisji danych – w tej dziedzinie w największym stopniu poszerzyły się możliwości sieci GSM. Już dziś niemal każdy aparat jest wyposażony w wyświetlacz graficzny, umożliwiający prezentację nie tylko cyfr i liter, ale także znaków graficznych (ikonek) i bardziej skomplikowanych grafik (logo, wiadomości obrazkowe, itp.). Pojawiły się również telefony z kolorowymi wyświetlaczami. Rozwiązania te ułatwią korzystanie z Internetu. Współpraca najważniejszych producentów na rynku telefonii komórkowej doprowadziła już do utworzenia platformy WAP, zdolnej obsługiwać specjalnie przygotowane zasoby Internetu w telefonach wyposażonych w graficzne przeglądarki.

Najdalej za kilka lat transmisja dźwięku w telefonie zostanie wzbogacona o przekaz obrazu. Można sobie wyobrazić, jak miło będzie zadzwonić do ukochanej osoby, przebywającej na drugiej półkuli, i nie tylko ją usłyszeć, ale także zobaczyć.

Kolejne ważne rozwiązanie, które już teraz jest wprowadzane do telefonów komórkowych w laboratoriach producentów (Benefon, NEC), to globalny system pozycjonowania (GPS). Ma on umożliwić bezbłędne określanie położenia użytkownika telefonu (z dokładnością do kilku metrów). Ze względu na niemal stuprocentowy zasięg na powierzchni globu (GPS działa w oparciu o krążące nad ziemią satelity), takie zastosowanie w aparacie komórkowym może niejednokrotnie uratować życie np. zagubionemu podróżnikowi czy uczestnikowi wypadku.

Podsumowując, można zaryzykować stwierdzenie, że już niebawem możliwość prowadzenia rozmowy będzie tylko jedną z wielu funkcji telefonu komórkowego (nie zawsze najważniejszą). Oczywiście, początkowo rozbudowane modele aparatów będą drogie, jak wszystkie nowe urządzenia elektroniczne. Pamiętajmy jednak, że rynek telefonii komórkowej ewoluuje bardzo szybko, i troską producentów sprzętu jest powszechność stosowania ich produktów.

Daniel Opolski

Teraz, aby korzystać z **e-maila** i **internetu** wystarczy telefon komórkowy w sieci **Idea.**



Internet w małym palcu

- **INTERNET - SMS** oraz
- **Idea E - Mail**

Serwis **INTERNET - SMS** zapewnia możliwość otrzymywania wiadomości ze strony internetowej http://sms.centertel.pl (do 640 znaków), a także daje możliwość wysyłania drogą **SMS** wiadomości e-mail prosto z telefonu (do 160 znaków).
Wystarczy wpisać w telefon <adres e-mailowy> <spacja> <treść wiadomości> i wysłać pod numer 102.
Aby uruchomić serwis **INTERNET - SMS** musisz wysłać wiadomość **SMS** o treści **INTERNET** na numer 102.
Aktywacja zostanie potwierdzona odpowiednim komunikatem.

Usługa **IDEA - E -MAIL** zawiera wszystkie opcje usługi **INTERNET - SMS**, a także daje możliwość otrzymywania wiadomości e-mail pod Twój adres e-mail typu 501 XXX XXX @sms.centertel.pl, jak również powiadomienia o tych wiadomościach.
Aktywacja usługi wymaga wcześniejszej aktywacji serwisu **INTERNET - SMS**.
Po wykonaniu aktywacji należy ustawić sobie osobiste hasło wysyłając wiadomość **SMS** o treści:
<HASLO> <SPACJA> <min 6 znaków hasła> pod numer 102, a następnie samodzielnie aktywować serwis na stronie http://sms.centertel.pl

1000 spraw. Jedna IDEA

Bezpłatna Infolinia 0-800 123456, www.idea.centertel.pl

Teraz wystarczy tylko ruszyć głową i ...palcami.

Wysyłanie i odbieranie wiadomości SMS w aparatach GSM

Model aparatu	Odczyt SMS	Edycja/wysyłanie SMS
BOSCH 509	Naciśnij ▲, odszukaj menu Wiadomości (WYBÓR) → Otrzymane (OK) → przeglądanie wiadomości ⬍ i (WYBÓR)	Naciśnij ▲, odszukaj menu Wiadomości (WYBÓR) → Nowa wiad. (OK) → wpisz wiadomość (OK)→ Wyślij wia... → wpisz numer (OK)
BOSCH 909	Naciśnij ▲, odszukaj menu Wiadomości (WYBÓR) → Otrzymane (OK) → przeglądanie wiadomości ⬍ i wybór (WYBÓR)	Naciśnij ▲, odszukaj menu Wiadomości (WYBÓR) → Nowa wiad. (OK) → wpisz wiadomość (OK)→ Wyślij wia... → wpisz numer (OK)
ERICSSON PF 768	Wejdź do menu Poczta → Odczyt Wiadomości → (YES)	Wejdź do menu Poczta (YES) → wybierz Wysyłanie wiadomości (YES) → wybierz Nowa ✉ (YES) → wpisz wiadomość (YES) → wpisz Numer: (YES)
ERICSSON PH 388	Wejdź do menu Poczta (YES) → wybierz Odczyt wiadomości (YES)	Wejdź do menu Poczta (YES) → wybierz Wysyłanie wiadomości (YES) → wybierz Nowa (YES) → wpisz wiadomość (YES) → Podaj nr: (YES)
ERICSSON S 868	Wejdź do menu Poczta (YES) → odszukaj Odczyt wiadomości (YES)	Wejdź do menu Poczta (YES) → wybierz Wysyłanie wiadomości (YES) → Nowa (YES) → wpisz wiadomość (YES) → Czy żądasz odpowiedzi? (YES/NO) → pojawi się WYSYŁANIE WIADOMOŚCI Podaj nr: → wpisz Numer: (YES)
ERICSSON SH 888	Wejdź do menu Poczta (YES) → odszukaj Odczyt wiadomości (YES)	Wejdź do menu Poczta (YES) → wybierz Wysyłanie wiadomości (YES) → Nowa (YES) → wpisz wiadomość (YES) → Czy żądasz odpowiedzi? (YES/NO) → pojawi się WYSYŁANIE WIADOMOŚCI Podaj nr: → wpisz Numer: (YES)
Motorola 8900 Motorola c160 Motorola c170 Motorola c520 Motorola cd160 Motorola cd920 Motorola L7089 Motorola M3188 Motorola M3688 Motorola V3688 Motorola StarTAC	Naciśnij klawisz Menu → wejdź do menu Komunikaty (OK) → Odebrane wiadomosci (OK)	Naciśnij klawisz Menu → wejdź do menu Komunikaty (OK) → Edytor komunikatow (OK) → wpisz wiadomość (OK) → Wyslij komunikat (OK) → Podaj numer (OK)
NOKIA 3210	Naciśnij klawisz Navikey → Wiadomości → Skrzynka odbiorcza → Odczyt	Wejdź do menu Wiadomości → wybierz Wpisz wiadomości → po wpisaniu wiadomości naciśnij klawisz Navi-Key Opcje i wybierz Wyślij (OK) → Podaj numer: (OK)
NOKIA 5130	Naciśnij klawisz Navi-Key → Odczyt lub w menu Wiadomości (2) wybierz podmenu Skrzynka odbiorcza (1) → Odczyt	Wejdź do menu Wiadomości (2) → wybierz Wpisz wiadomości (3) → po wpisaniu wiadomości naciśnij klawisz Navi-Key Opcje i wybierz Wyślij (OK) → Podaj numer: (OK)
NOKIA 6130	Naciśnij klawisz dialogowy Odczyt lub w menu Wiadomości (1) wybierz Skrzynka odbiorcza → Odczyt	Wejdź do menu Wiadomości (1) → wybierz Wpisz wiadomości (1-3) → po wpisaniu wiadomości naciśnij klawisz dialogowy Opcje i wybierz Wyślij (OK) → Podaj numer: (OK)
NOKIA 6150	Naciśnij klawisz dialogowy Odczyt lub w menu Wiadomości (1) wybierz Skrzynka odbiorcza → Odczyt	Wejdź do menu Wiadomości (1) → wybierz Wpisz wiadomości (1-3) → po wpisaniu wiadomości naciśnij klawisz dialogowy Opcje i wybierz Wyślij (OK) → Podaj numer: (OK)
NOKIA 8148i	Wejdź do menu Wiadomości (2) → Odczytaj wiadomości (2-2)	Wejdź do menu Wiadomości (2) → wybierz Wpisz wiadomości (2-3) → naciśnij Opcja → wybierz Wyślij (OK) → Podaj numer: (OK)
NOKIA 9000i	Naciśnij klawisz dialogowy Read lub w module komunikatora wybierz View	Tylko w module komunikatora!!! Wybierz klawisz SMS → po prawej stronie wybierz Write message (napisz wiadomość) → wpisz wiadomość → wybierz Recipient (odbiorca), a następnie Enter number: (wpisz numer) (OK) → Send (wyślij)
NORTEL 1822	Wejdź do menu Wiadomości (4) → Czytaj (1) (OK)	Wejdź do menu Wiadomości (4) → wybierz Napisz (2) → wybierz Nowa lub Szablony (OK) → wpisz wiadomość → naciśnij OPCJA → wybierz Wyślij (OK) → wpisz numer Do: (OK)
SAGEM DC 715	Wejdź do menu WIADOM. (2) → wybierz opcję ODCZ. WIAD (OK)	Wejdź do menu WIADOM. (2) (OK) → naciśnij NAD. WIAD. → wybierz NOWA WIAD. (1) lub ZAPISANA (2) (OK) → wpisz wiadomość (OK) → pojawi się WIAD NADAWANIE (OK) → pojawi się ADRESAT (wpisz numer odbiorcy) (OK)
SIEMENS C25	Wejdź do menu Wiad.tekstowe → naciśnij Wybór → odszukaj wiadomość → Opcje → Czytaj wpis	Wejdź do menu Wiad.tekstowe → naciśnij Wybór → wybierz opcję Utwórz nową wiadom → potwierdź Wybór → wpisz wiadomość → naciśnij (OK) → pojawi się Koniec wprowadzania? (Tak) → Wyślij do: wpisz numer (OK)
SIEMENS S6 Power	Wejdź do menu POCZTA → wybierz opcję wiad → potwierdź WYBÓR → wybierz daną wiadomość i potwierdź WYBÓR	Wejdź do menu POCZTA → wybierz opcję wyślij tekst → naciśnij WYBÓR → wybierz nowa wiadomość → wpisz wiadomość → naciśnij ≫ → pojawi się koniec wprowadz? → naciśnij (OK) → pojawi się Wysłano do: proszę wpisać → wpisz numer odbiorcy (OK) → naciśnij wyślij
SIEMENS S8	Wejdź do menu POCZTA → wybierz opcję wiad → potwierdź WYBÓR → wybierz daną wiadomość i potwierdź WYBÓR	Wejdź do menu POCZTA → wybierz opcję wyślij tekst → naciśnij WYBÓR → wybierz nowa wiadomość → wpisz wiadomość → naciśnij ≫ → pojawi się koniec wprowadz? → naciśnij (OK) → pojawi się Wysłano do: proszę wpisać → wpisz numer odbiorcy (OK) → naciśnij wyślij
SIEMENS S11	Wejdź do menu Wiadomości → naciśnij Wybór → wybierz opcję Wiad. tekstowa → potwierdź Wybór → wybierz daną wiadomość i potwierdź Wybór	Wejdź do menu Wiadomości → naciśnij Wybór → wybierz opcję Wiad. Tekstowa → potwierdź Wybór → wybierz nowa wiadomość → wpisz wiadomość (OK) → pojawi się Wysłano do: Proszę wpisać wpisz numer odbiorcy (OK) → naciśnij wyślij

Nowe serwisy informacyjne SMS



ABY AKTYWOWAĆ NOWĄ USŁUGĘ:
wyślij jednorazowo SMS'a* z odpowiednią
komendą aktywacyjną na numer 777.

Pakiet INFORMACJE • SMS
wydarzenia, sport, kalendarium
komenda aktywacji →

Pakiet IMIENINY • SMS
imieniny na dzień bieżący i następny
komenda aktywacji →

Pakiet POGODA • SMS
pogoda na dzień dzisiejszy i na następny
komenda aktywacji →

Pakiet INFORMACJE DLA KIEROWCÓW• SMS
info o ruchu drogowym, kolejki na przejściach granicznych
komenda aktywacji →

Pakiet PROGRAM TV I CIEKAWOSTKI • SMS
ciekawe programy TV, ciekawostki,cytat dnia
komenda aktywacji →

Pakiet GIELDA • SMS
tendencje giełdowe, statystyka, wskaźniki giełdowe, średni kurs NBP i zmiana % w stosunku do poprzedniego dnia
komenda aktywacji →



Każdy pakiet informacyjny jedynie 5 PLN brutto / miesięcznie

- Informacje przesyłane są o określonej godzinie w formie krótkich wiadomości tekstowych SMS
- Za treść przesyłanych komunikatów wyłączną odpowiedzialność ponosi PAP S.A.

* w telefonie powinno być ustawione Centrum Wysyłania Wiadomości (SMSC): +48501200777

Szczegółowe informacje w Biurze Obsługi Klienta pod numerem *22 lub stacjonarny: (0-22) 634-29-80, na stronie http://www.idea.centertel.pl oraz w serwisie głosowo-faksowym SMS pod numerem 501 277 277

Nowe roamingi w Idei

Chorwacja



Vipnet GSM
GSM 900
Roaming od: 6.10.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 219 10; VIPNET
Telefony: 091 77 00, +385 91 77 00 (BOK)
Rozmowy w kraju: 1,19 (0,88)
Rozmowy do Polski: 3,47

Kanada



Microcell
GSM 1900 (PCS)
Roaming od: 1.10.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 302 37
Telefony: 1 877 225 5476, +1 610 317 7726 (BOK)
Rozmowy w kraju: 2,27 wewnątrz sieci i z innymi sieciami komórkowymi; 2,95 z siecią stacjonarną
Rozmowy do Polski: 6,68 (5,55)
Połączenia przychodzące: 2,27

Niemcy



DeTeMobil
GSM 900
Roaming od: 1.10.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 262 01; D1
Telefony: 2202, 2204, 0228 939 2569, +49 228 939 2569 (BOK); 2555, 11834 (informacja o numerach)
Rozmowy w kraju: 3,76 (1,87)
Rozmowy do Polski: 3,76 (2,24)

Rosja (okręg Krasnodar)



Kuban GSM
GSM 900
Roaming od: 2.11.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 250 13; RUS KUBANGSM, RUS 13, KU GSM
Telefony: 8 8612 68 16 68, +7 8612 68 16 68 (BOK); 09 (informacja o numerach)
Rozmowy w kraju: 1,91 (1,44) (poza region droższe)
Rozmowy do Polski: 5,79 (4,69)

Sri Lanka



MTN
GSM 900
Roaming od: 24.09.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 413 02; DIALOG
Telefon: +94 77 534 534 (BOK)
Rozmowy w kraju: 1,52
Rozmowy do Polski: 18,56
Połączenia przychodzące: 1,52

Ukraina



Kyivstar
GSM 900
Roaming od: 26.10.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 255 03; KYIVSTAR
Telefony: 3911, (44) 247 3911, +380 44 247 3911 (BOK); 09 (informacja o numerach)
Rozmowy w kraju: 1,38 (1,14) wewnątrz sieci; 1,83 (1,14) z innymi sieciami
Rozmowy do Polski: 4,40 (3,53)
Połączenia przychodzące: 1,38 (1,14)

Ceny podane w nawiasach dotyczą połączeń w godzinach poza szczytem. Wszystkie opłaty za połączenia podane są w złotówkach. Należy do nich doliczyć 15% narzutu administracyjnego i podatek VAT (22%) od narzutu (czyli – w uproszczeniu – 18,3%). Podane stawki ustalają poszczególni operatorzy i mogą one ulegać zmianom. Szczegółowe i aktualne informacje na temat stawek poszczególnych sieci można także uzyskać pod numerami bezpłatnych infolinii i w Internecie (www.idea.centertel.pl; plik w formacie MS Excel).

PROMACO



SKLEP INTERNETOWY
www.promaco.pl
akcesoria i części zamienne do telefonów komórkowych

PPH Promaco Sp. z o.o., 04-092 Warszawa, ul. Zgierska 18 b, tel (0-22) 870 07 40, fax (0-22) 813 76 06
Sprzedaż wysyłkowa: tel (0-22) 813 77 93, fax (0-22) 813 76 06. Sklep firmowy: 00-194 Warszawa ul. Dzika 4
tel/fax (0-22) 635 19 13, tel 0-501 392 592, internet: http://www.promaco.pl, E-mail: biuro@promaco.pl

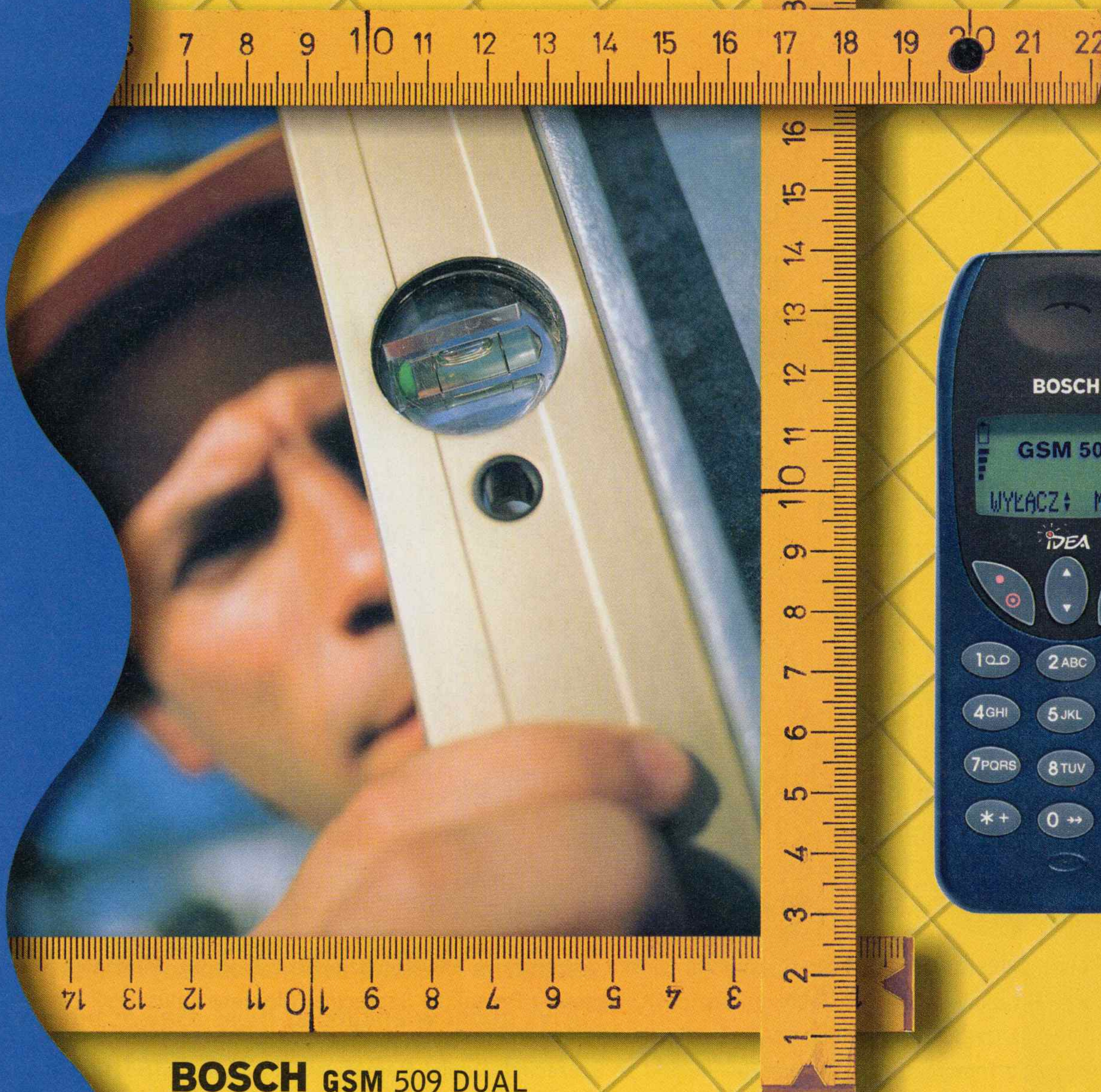
Idealnie dopracowany

Są tacy, którzy przyjmą każde zadanie i nigdy nie zawodzą. Potrzebują sprawdzonego, równie niezawodnego i prostego w obsłudze narzędzia. Taki jest właśnie telefon Bosch GSM 509 DUAL w sieci Idea: solidny, a przy tym dwusystemowy, estetyczny i funkcjonalny - może służyć jako telefon lub jako kalkulator. Bosch 509 w sieci Idea to wysoka jakość za konkurencyjną cenę - tylko 95 zł netto wraz z aktywacją. I jak zawsze w Idei - darmowa poczta głosowa i pakiet bezpłatnych usług.



95 zł netto wraz z aktywacją*

tylko w promocji!



BOSCH GSM 509 DUAL

Dużo mówisz. Mało płacisz.

Bezpłatna infolinia: 0-800 123456, www.idea.centertel.pl



*Aparat posiada blokadę SIM-Lock, tzn. współpracuje tylko z kartą SIM sieci IDEA

Rozwiązanie konkursu TATY PYTONA

Kochani Konkursowicze!

Bardzo, bardzo serdecznie dziękuję wszystkim, którzy wymyślili dla mnie nowe pytania – wiele z nich z pewnością nigdy nie przyszłoby mi do głowy. Te, które najbardziej mi się podobały, opublikowałem. Ale niech ci, których nazwiska nie ma na liście nagrodzonych, nie zrażają się, niech wciąż szukają odpowiedzi. Pamiętajcie, że „kto pyta, nie błądzi" – TATA PYTON.



I Nagroda – Mariusz Czeleń z Rudy Śląskiej

Tata Pyton znów mnie pyta,
Ile uli ma ulica?
Czy sto dołów ma stodoła?
I kto ciągle woła woła?
Żar żarówki czy jest wielki?
Który but jest od butelki?
Gdzie się nocnik nocą skrada?
I czy gad dość dużo gada?
Kiedy obraz się obraża?
Jak narożnik się naraża?
Pytań mnoży się bez liku,
A ja zmykam już po cichu!

II Nagroda – Bernadetta Czyżycka z Tarnobrzega

Pewien żarłok nienażarty
raz wygłodniał nie na żarty
i wywiesił szyld na płocie,
że ochotę ma na płocie.
Tutaj na brak ryb narzeka,
bo daleko rybna rzeka.
Więc się zgłosił pewien żebrak
i rzekł żarłokowi, że brak
płoci, karpi oraz śledzi,
ale pilnie rzekę śledzi.
I gdy tylko będzie w stanie,
to o świcie z łóżka wstanie,
po czym ruszy na Pomorze
i w zdobyciu ryb pomoże...
Odtąd żarłok nasz jedynie
zamiast smacznych ryb je dynie!



III Nagroda – Ania Wiatrowska z Warszawy

Wiele można pytań zadać,
gdy zaczyna deszczyk padać.
Oto mała próbka tego,
„Co", „Czy", „Kogo" i „Dlaczego"?
Kiedy morze wyschnąć może?
Czym można zasłonić słonia?
Z jakiej broni strzela Bronia?
Czy leszcz jest owocem leszczyny?
Czy cynamon zrobiony jest z cyny?
Czy korektor to korek na torze?
Czy serolog ser robi może?
Czy szczeżuja żując się szczerzy?
Czy woj do konwoju należy?
Kogo śledzi śledź w Bałtyku?
Czy Kszyk robi dużo krzyku?
Czy Jerzemu jeżyk uwierzy,
gdy spotkają się na wieży?

Lista dzieci wyróżnionych: Justyna Jarosińska z Warszawy, Ola Kołodziejska z Łowicza, Magdalena Lewczuk z Krzyżanowca, Urszula Tobor z Radzionka, Dagmara Prusak ze Szczecina, Marzena Anuszczyk z Łodzi, Marek Wirskiz Częstochowy, Hanna Mikoś z Poznania, Marek Steczyszyn z Warszawy, Cezary Rydelek z Gdyni, Agnieszka Łysiak z Inowrocławia, Tomasz Bieńkowski ze Szczecina, Daniel Napiórkowski z Morąga, Beata Rybak ze Szczecina, Irena Krynicka z Zabierzowa, Krzysztof Sterniczuk z Gdańska, Danuta Giedrowicz z Warszawa

Wszystkie wyróżnione dzieci otrzymają pocztą nagrody książkowe (ufundowane przez wydawnictwo Muza S.A.) oraz zestaw firmowych gadżetów PTK Centertel.

pasuje do mnie!



Teraz już nigdy nie jestem sama, nawet kiedy samotnie spaceruję. Z przyjaciółmi rozmawiam bez przerwy, a rodzina zawsze wie, jak mnie znaleźć. Skąd ta zmiana w moim życiu? Mam Nokię 5130 w usłudze POP.
Stać mnie na to i nie wyobrażam już sobie innego życia.





NOKIA 5130 pasuje do mnie.

Bezpłatna infolinia: 0-800 123456 www.pop.centertel.pl

usługa dostępna w sieci **Idea**

90... ...501

Telefony za złotówkę

W nowej promocji systemu POP (usługa dostępna w sieci Idea) przy jednoczesnym zakupie zestawu StartPOP (w opakowaniu CD, bez aparatu) oraz POPkarty o wartości 120 zł, każdy klient może kupić telefon za **1 zł brutto**. W tej promocji dostępne są następujące modele aparatów: Motorola c 160, Motorola cd 160, Motorola c 520, Nortel 1822 + bateria, Sagem DC715, Siemens S6, Siemens S8 (nie w zestawie POP) i Siemens S11.

Promocja obowiązuje od 15.10.1999 r. do wyczerpania zapasów. Sprzedaż odbywa się w Salonach Firmowych PTK Centertel, u Autoryzowanych Przedstawicieli PTK oraz Przedstawicieli Handlowych PTK.

Promocja – akcesoria do aparatów GSM

Informujemy o specjalnej ofercie promocyjnej zakupu akcesoriów do aparatów GSM 900/1800. Począwszy od cyklu billingowego, rozpoczynającego się 23.10.1999 r., przez cały miesiąc do faktur Abonentów sieci Idei dołączana będzie ulotka z cennikiem. Z zakupu akcesoriów po cenach promocyjnych mogą skorzystać **wszyscy chętni** (nie tylko Abonenci PTK Centertel), wybierając z oferty **dowolną** liczbę akcesoriów. Sprzedaż będzie prowadzona w salonach firmowych PTK Centertel do 14.01.2000 r. lub do wyczerpania zapasów.

Blokady wysyłania SMS-ów

Do momentu podpisania umowy z siecią Era GSM, Centrum Wiadomości (SMSC) Idea Centertel nie umożliwia przesyłania SMS-ów na numery zaczynające się od prefiksów 602, 604 i 606.

Loteria promocyjna „Idealna podróż"

Nagrodą w wakacyjnej loterii promocyjnej „Idealna Podróż" dla Abonentów sieci Idea jest prezentowany na zdjęciu **samochód marki Alfa Romeo 156 o wartości 70.000 PLN.** Aby wziąć udział w losowaniu nagrody, wystarczyło w trakcie trwania promocji (od 1 lipca do 30 września 1999 r.) przynajmniej raz skorzystać z usługi **roamingu międzynarodowego.** Losowanie nagrody odbędzie się już 10 grudnia 1999 r. O wynikach losowania poinformujemy Państwa w styczniowym numerze „Profil-u".





Informacje o funkcjach SMS

Od 1 września 1999 r. pod numerem **501 277 277** dostępny jest **nowy** automatyczny serwis głosowo-faksowy o funkcjach SMS. Ma on następującą strukturę:

Komenda	Opis
*1	Powrót do głównego menu
*2	Przekierowanie do konsultanta Informacji Handlowej PTK Centertel
*1 10	**Krótkie wiadomości SMS w sieci Idea**
*1 20	**Wysyłanie SMS-ów**
*1 30	**Odbieranie SMS-ów**
*1 40	**Dlaczego warto czytać SMS-y; korzyści wynikające z funkcji SMS**
*1 50	**Serwisy informacyjne oparte o SMS**
*1 51	Serwisy PAP
*1 52	Serwis „Kursy walut Pekao S.A."
*1 53	Serwis LOTTO-SMS
*1 60	**Wysyłanie SMS-ów do Internetu**
*1 70	**Usługa Internet-SMS i Idea-Email**
*1 80	**Cennik dotyczący SMS-ów i serwisów opartych na SMS**

Połączenia pod numer 501 277 277 taryfikowane są według wybranego planu taryfowego (Abonentom Idei połączenia te wliczają się do pakietu bezpłatnych minut połączeń).

Kulturalny raport

Statystyczny Polak na bilety do teatru, kina, opery, operetki i filharmonii wydał w 1998 r. 5 złotych 76 groszy. Nie jednorazowo, ale w ciągu całego roku. Daje to sumę 48 groszy na miesiąc, czyli tyle ile kosztuje jedna rolka najtańszego papieru toaletowego.

WYMIENIONA powyżej kwota jest i tak przeszło dwa razy większa od tej, jaką przeciętny Kowalski przeznaczył na bilety do muzeów. W tym samym roku każdy z nas wydał średnio 11 zł na książki, 39,40 zł na gazety i czasopisma, a także 71,76 zł na telewizję (zakup telewizora, magnetowidu, abonamenty, kablówka itp.). Najmniej, bo tylko 21,36 zł, wydali na telewizję rolnicy. Oni też najrzadziej bywali na koncertach, wystawach i przedstawieniach wydając na nie... 22 gr miesięcznie. Przeciętny mieszkaniec miasta rocznie przeznaczył na książki 11 zł, natomiast rolnik – niespełna 2 zł. Ten sam rolnik dał co niedzielę na tacę co najmniej 50 gr, a ponad 2 zł 10 gr co tydzień wydał na alkohol (dane: Mały Rocznik Statystyczny 1999 r.). Tymczasem, będący w równie trudnej sytuacji finansowej, jak mieszkańcy wsi, renciści i emeryci, przeznaczyli w tym samym czasie na książki 5 razy więcej pieniędzy.

PRZYKŁAD idzie z góry. Choć w oficjalnych wypowiedziach politycy twierdzą, że na kulturę trzeba przeznaczyć więcej pieniędzy to, gdy przychodzi do debat nad budżetem państwa, najczęściej „obcinane" są właśnie wydatki na utrzymanie placówek kulturalnych. W ubiegłym roku udział kultury w budżecie państwa wyniósł zaledwie 0,8%, to znaczy, że każdy z nas, z zapłaconych podatków, przeznaczył na ten cel niespełna





Ze Stanisławem Bukowskim, krytykiem, redaktorem naczelnym Kalejdoskopu Kulturalnego „Spotkanie z Warszawą" rozmawia Krzysztof Mich.

Jaka jest polska kultura nie masowa u progu trzeciego tysiąclecia?
Na to pytanie nie ma jednoznacznej odpowiedzi. Można podjąć próbę rozróżnienia kultury masowej od elitarnej. Jeśli jakiś gatunek muzyki jest sprzedawany w milionach egzemplarzy, jest to kultura masowa, jeśli w setkach i tysiącach – elitarna. Nie jest to jednak takie proste, gdyż „Cztery pory roku" Vivaldiego w interpretacji Nigela Kennedy'ego, który występuje uczesany na punka, sprzedano w ponad milionie egzemplarzy na całym świecie. U nas zresztą też zdobył platynową płytę. Elitarna kultura to także ta, którą zajmuje się wąska grupa artystów, a rozumieją ją specjaliści i wyrafinowani odbiorcy. Zwykle bywa tak z muzyką poważną, z awangardowymi przedstawieniami teatralnymi. Ale z drugiej strony można też przedstawić klasykę w zupełnie nowatorski sposób i odnieść ogromny sukces, czego dowodem są wystawiane przez Grzegorza Jarzynę w Teatrze Rozmaitości „Śluby panieńskie" Fredry.

Można więc wystawić Fredrę tak, aby przyciągnąć młodzież?
Tak, ale wymaga to cięższej pracy. Jeden z autorów literatury dla dzieci powiedział, że „dla dzieci powinno się pisać tak samo, jak dla dorosłych, tylko trochę lepiej". A w dzisiejszych czasach ważne jest nie tylko to, żeby coś robić na wysokim poziomie – trzeba jeszcze potem rzecz odpowiednio zareklamować.

Skutki reformy ustrojowej?
Kiedyś wystarczyło skończyć szkołę artystyczną i miało się zapewniony etat. Takiemu artyście wiodło się różnie, czasem był piątą halabardą, ale pensję miał zawsze. W razie czego broniła go organizacja partyjna lub związki zawodowe. Kilka lat temu wszystko się skończyło, zaczęło się inne myślenie. Żeby zrobić karierę trzeba być profesjonalistą, wciąż iść do przodu, doskonalić się. A i wtedy nie jest łatwo, bo przecież obcięto dotacje państwowe. Coś takiego jak polityka kulturalna nie istnieje. Samorządy, gospodarując pieniędzmi, myślą o drogach, budowie mieszkań, remontach, bezpieczeństwie na ulicach, ale nie o filharmoniach, bo bez nich można żyć. Postawiono na wolny rynek, a tego nie ma nigdzie na świecie. Kultura bez dotacji umrze.

A ile kosztuje nowa inscenizacja, czy teatr sam nie jest w stanie na nią zapracować?
Nie, z biletów i wynajmu sali może zdobyć najwyżej jedną czwartą potrzebnych pieniędzy. A przecież najpierw trzeba zapłacić ludziom pensje – na przykład w Teatrze Wielkim w Warszawie pracuje 1400 osób. Sytuacja w polskiej kulturze musi się więc zmienić, zwłaszcza jeśli, wstępując do Unii Europejskiej, chcemy zachować naszą tożsamość.

30 zł (czyli o 3,50 zł więcej niż w 1997 r.). Połowę tych pieniędzy państwo wydało na utrzymanie muzeów i konserwację zgromadzonych w nich zbiorów (33,1%) oraz funkcjonowanie bibliotek (17,3%). Nieco mniej niż co czwartą (z tych trzydziestu) złotówkę wydano na teatry, opery i operetki, a tylko niecałe 2 zł na filharmonie, chóry, orkiestry oraz kapele i zespoły tańca. Jeśli, w związku z tym, ktoś chciałby dotować jakiś teatr lub zespół muzyki kameralnej – oczywiście może to robić, ale z własnej kieszeni, ponieważ pieniędzy przeznaczonych na wspieranie artystów nie będzie mógł odpisać od podatku.

W Polsce nie została jeszcze uchwalona ustawa o sponsorowaniu instytucji kulturalnych. Firmy, które mimo wszystko starają się wspierać polską kulturę, po prostu reklamują się w teatrach i kinach, a ich loga drukowane są na biletach, zaproszeniach, bądź wieszane na salach koncertowych.



Z DRUGIEJ strony szefowie instytucji kulturalnych najczęściej nie są przygotowani do zdobywania pieniędzy – w większości są artystami, historykami sztuki, słowem – humanistami, a nie absolwentami wydziałów zarządzania i marketingu. Ponieważ ich placówki są najczęściej utrzymywane z budżetu samorządowego lub państwowego, pensje nie zależą od wysokości wpływów z biletów. W związku z tym, motorem działania jest prestiż, a nie dochód. Tymczasem na rynku funkcjonują już firmy specjalizujące się w organizacji wystaw, koncertów muzyki poważnej i przedstawień zagranicznych teatrów. Okazuje się, że w Polsce, tak jak w całym zachodnim świecie, można zarobić na kulturze i to niekoniecznie młodzieżowej czy masowej. Wystarczy mieć na to pomysł, odpowiednio wykształconych i przygotowanych do zawodu „przedsiębiorców" kulturalnych.

Muzea

JAK INFORMUJE Główny Urząd Statystyczny w ubiegłym roku było w Polsce 612 muzeów. Ich liczba od kilku lat pozostaje na podobnym poziomie. Blisko dwieście z nich utrzymują samorządy, 44 – różne organizacje społeczne, 22 – kościoły, a tylko 16 należy do osób prywatnych. Najwięcej mamy muzeów regionalnych (177) i historycznych (99), a najmniej archeologicznych (14) i martyrologicznych (20). W ciągu ostatnich dwóch lat liczba zgromadzonych we wszystkich tych placówkach eksponatów wzrosła o blisko milion i obecnie przekracza 14,66 mln. Statystycznie każdy eksponat powinien być obejrzany przez co najmniej jednego z 16,6 mln zwiedzających. Niestety nie jest to możliwe, ponieważ w gablotach znajduje się tylko kilka procent zbiorów – pozostałe tkwią w magazynach.

W CIĄGU 1998 r. polskie muzea zorganizowały 2528 czasowych wystaw własnych (oraz 142 za granicą). Z tej liczby 728 wystaw przypada na pięć dawnych województw – katowickie, warszawskie, wrocławskie, krakowskie i gdańskie. Rekordzistami w tej dziedzinie są bez wątpienia Wrocławianie, którzy mając pod opieką 14 muzeów zorganizowali aż 145 wystaw własnych, ściągnęli z zagranicy 18, wysyłali swoje zbiory na 2 wystawy zagraniczne i 30 wystaw objazdowych. Podobnym, ani nawet porównywalnym, wynikiem nie może się pochwalić żadne województwo. Warto dodać, że połowę zwiedzających stanowiła młodzież szkolna (podczas, gdy przeciętnie w Polsce stanowi ona 40% zwiedzających). Największym zainteresowaniem cieszą się muzea artystycz-

Z Bogusławem Deptułą, krytykiem sztuki i sprzedawcą w warszawskiej galerii Art, rozmawia Krzysztof Mich.

Czy w dzisiejszych czasach prowadzenie galerii jest opłacalne? Czy nie łatwiej sprzedawać kicz?

Ludzie, którzy sprzedają kicz, żyją nie najgorzej. Ja jednak twierdzę, że istnieje zapotrzebowanie na dobrą sztukę. Niestety w Polsce nie ma ona takiej pozycji, jaką ma wszędzie na świecie. Nie mamy wielu wspaniałych zbiorów muzealnych, a na sprowadzenie do Polski eksponatów zza granicy wciąż brakuje pieniędzy. A pamiętamy przecież wszyscy, jakim sukcesem było sprowadzenie obrazu Caravaggia, jak ten obraz był oczekiwany, jak był przyjmowany. A więc nie jest tak, że ludzie nie chcą lub nie potrzebują sztuki, ale brakuje wystaw, które by ich przyciągały, motywowały do intelektualnego wysiłku. W życiu codziennym galerii wygląda to jeszcze gorzej. Zakupy robią u nas najczęściej obcokrajowcy. To ponad połowa naszych klientów. Natomiast przeciętny Polak, kiedy przekracza próg galerii, czuje się zagubiony, zdezorientowany, sztuka współczesna jest dla niego niezrozumiała, ponieważ brakuje mu odpowiedniego wykształcenia.

Czy można mówić o środowisku kolekcjonerów sztuki współczesnej?

To jest właśnie to, co ja nazywam płytkim rynkiem. Kolekcjonerów, którzy kupują sztukę współczesną, a nie tylko słynne dzieła z XIX i pierwszej połowy XX w., jest tak naprawdę bardzo niewielu. Oczywiście przychodzą nowi ludzie. Społeczeństwo się bogaci, a także wyraźnie rozwarstwia. Pojawia się klasa, która ma wielkie pieniądze, robi poważne interesy, ma dobre posady, a naturalnym dopełnieniem wysokiej pozycji materialnej jest odpowiednia oprawa – dom ma być wy-



starczająco okazały, a na ścianach nie mogą wisieć byle jakie plakaty. Muszą to być obrazy, bo i czym ma się ten ktoś wyróżniać z tłumu sobie podobnych. Złoty zegarek już ma, dobre buty i ubranie też. Ma także drogi samochód, ale po zaspokojeniu tych potrzeb zauważa, że inni też już wszystko mają. Więc szuka czegoś jeszcze. I wtedy rodzi się potrzeba kupowania dzieł sztuki jako ekwiwalentu pozycji, prestiżu.



Jeżeli taki człowiek przychodzi po raz pierwszy go galerii, a wcześniej przeczytał trochę gazet, artykułów dotyczących malarstwa współczesnego, może czytał jakieś książki, kogo wybierze? Znane nazwisko?
Raczej tak, pierwszy obraz, na który się zdecyduje, będzie autorstwa znanego malarza. W naszej galerii takim artystą, który jest „gwarantem", że kupuje się rzecz dobrą, wartościową jest Edward Dwurnik. Dzisiaj to z całą pewnością najbardziej znany malarz i jego obrazy najczęściej sprzedajemy. I w tym przypadku ludzie nawet bez głębszego zastanowienia kupują, bo Dwurnik, bo znany, bo wiadomo. Ale zazwyczaj klienci, którzy zjawiają się pierwszy raz w galerii, są bardzo zdezorientowani.

Proszą o pomoc?
Tak. Czasami zadają pytania bardzo naiwne, czasami bardzo mądre. Są jednak zdezorientowani – moje przejęzyczenie się, że obraz kosztuje 200 zł, a kosztuje 2 tys. zł, nie wywołuje żadnego zdziwienia. Ludzie przychodząc do galerii często nie mają żadnego wyobrażenia na temat cen. Nie wiedzą, czy to jest drogo, czy tanio. Myślą, że jeśli galeria, to pewnie bardzo drogo, a przecież to też jest relatywne. Dla kogoś, kto zarabia 500 zł miesięcznie, wydanie 300 jest wysiłkiem, którego domowy budżet z pewnością nie wytrzyma, a dla kogoś, kto zarabia 3 tys. zł, wydanie 300 nie jest aż takim problemem. Nasza galeria proponuje także bardzo dobre obrazy za niezbyt duże pieniądze. Już od tysiąca złotych można u nas kupić interesujące dzieło sztuki.

Jakich autorów Pan poleca?
Oczywiście polecam klasyków sztuki polskiej, którzy cały czas dobrze się „sprzedają". Są to dzieła Jerzego Nowosielskiego, Stefana Gierowskiego, Teresy Pągowskiej. Proponuję także drogę poszukiwania własnego artysty, bez względu na mody czy sugestie znawców. Artystów jest przecież tak wielu, często nie są bardzo popularni, ale bardzo dobrzy, fascynujący. Warto więc spróbować.

Jeśli przyjdzie do pana klient, który ma do wydania powiedzmy 2 tysiące złotych i chce kupić obraz, czym się będzie kierował? Tym, że dzieło będzie pasowało kolorystycznie do salonu, tym, co ten obraz przedstawia? Co najczęściej decyduje o wyborze?
To jest nieprzewidywalne. Czasami o zakupie decydują bardzo dziwne rzeczy. Czasami decyduje na przykład... rama. Klient mówi „bardzo piękna rama, bardzo pasuje do tego obrazu". Przestaje mieć znaczenie to, co jest na obrazie. Bardzo często ktoś mówi „podoba mi się ten obraz, chciałabym go mieć, ile on kosztuje?" To jest najbardziej pożądana sytuacja z naszej strony. Cała reszta, a więc kolor, rama, technika, nazwisko autora, są już tylko pochodnymi, podrzędnymi wobec tego najważniejszego zdania – podoba mi się ten obraz, chciałbym go mieć.

Czy zdarza się, że ktoś pyta ile kosztuje jakiś obraz, a następnie zbiera pieniądze i potem kupuje?
Tak. Bardzo często tak jest. Co pewien czas klienci pytają też, czy mogą kupić coś na raty. Niestety nie mogą. Natomiast bardzo często można się jakoś dogadać, można tę formę płatności odwlec.

A można zarezerwować obraz?
Oczywiście, ale są różne obrazy. Jedne znikają już następnego dnia, drugie cierpliwie czekają na swojego nabywcę. Czasem miesiącami.

Kto wystawia w waszej galerii? Macie stałych „dostawców"?
Przez parę lat prowadzenia tej galerii wytworzyła się grupa artystów, może nie bardzo znanych, ale kojarzonych z tym miejscem. Mamy ich kilku. Dzięki temu, jeśli komuś podoba się obraz „zaprzyjaźnionego" artysty, to wie, że jest on związany z naszą galerią i po prostu do nas przychodzi. Nie przyjmujemy natomiast obrazów, co do których mamy prawie pewność, że nie będą sprzedane w ciągu na przykład pół roku. Nie mamy magazynu, nie mamy zaplecza – wybieram więc takie obrazy, które mamy szansę sprzedać w ciągu miesiąca.

Czy w Polsce można mówić o zjawisku mecenatu sztuki?
Raczej o jego narodzinach. Stworzenie go należy do pokolenia, tego nowego, dorastającego w nowym systemie. Naturalne mechanizmy funkcjonowania rynku sztuki w ogóle nie istnieją, a rynek jest przecież najprostszym, najbardziej prymitywnym sposobem fundowania hierarchii w sztuce. Dopóki więc w Warszawie nie będzie paru prawdziwych galerii, nic się nie zmieni.

ne – odwiedziło je łącznie 4,2 mln ludzi, podczas gdy w muzeach techniki było ich 9 razy mniej. Równie niechętnie zwiedzane są placówki archeologiczne (581 tys. zwiedzających) i biograficzne (704 tys.). Około 3 mln zwiedzających przyszło do muzeum nie tylko po to, aby obejrzeć zgromadzone eksponaty. W różnych muzeach zostało zorganizowanych 7 tys. odczytów (361 tys. osób), ponad 21 tys. seansów filmowych (930 tys. osób), 3,3 tys. koncertów (452 tys. osób) i 46,5 tys. lekcji (1,2 mln osób). Dla zwiedzających wydrukowano 470 katalogów, 541 folderów i 847 plakatów w łącznym nakładzie miliona egzemplarzy. Niestety tylko kilka muzeów zdecydowało się otworzyć swoje strony w Internecie – w Polsce ta forma „zwiedzania" jest wciąż bardzo mało popularna.

Teatry

PRZED rokiem w Polsce, w 125 teatrach, było 38,3 tys. miejsc. Niespełna 6 tys. z nich zajmowało 29 teatrów lalkowych (dwa zamknięto w ciągu dwóch lat). Mamy też do dyspozycji 9 oper i 12 operetek z ponad 12 tys. miejsc. W ciągu ostatnich dwóch lat nie zamknięto ani jednej opery i operetki, a w tym czasie powstały dwa nowe teatry dramatyczne. Prawie co piąty teatr dramatyczny mieści się w Warszawie (23), a o połowę mniej jest ich w Krakowie (11), Katowicach (13) i Łodzi (12). Aż w 17 stolicach dawnych województw nie było w 1998 r. ani jednego teatru. W zeszłym roku wystawiono łącznie ponad 33 tys. przedstawień. Ponad 21 tys. z nich odbyło się w teatrach dramatycznych, ponad 8 tys. w teatrach lalkowych, 1880 w operetkach, a 1238 – w operach. Najwięcej przedstawień dramatycznych wystawiono w Warszawie (6,5 tys.) i Łodzi (3,3 tys.), operowych w Warszawie (373) i Poznaniu (199), a operetkowych w Warszawie (374) i Gdańsku (339). Niestety, co roku liczba premier w teatrach dramatycznych maleje – w 1996 r. było ich 355, a w ubiegłym roku już tylko 339. Najwięcej premier, bo 72, miało miejsce w stolicy, 30 w Poznaniu, 25 w Krakowie i 23 w Katowicach. Jak wynika z badań, chętniej chodzimy do teatrów dra-

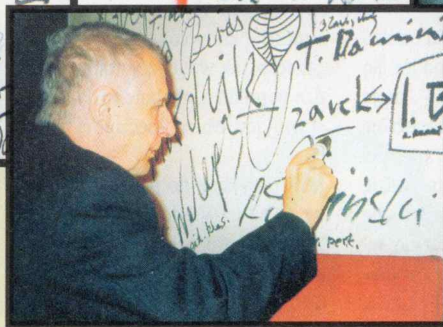
Lokalny folklor

Dostęp do kultury w małych miejscowościach jest o wiele trudniejszy, niż w aglomeracjach, gdzie oferta jest ze zrozumiałych względów, bogatsza i bardziej urozmaicona. Nie oznacza to jednak, że na tak zwanej prowincji nie dzieją się rzeczy godne uwagi.



Autografy







NIEKTÓRE z gminnych ośrodków kultury poddano reorganizacji, np. Miejsko-Gminny Ośrodek Kultury w Zakopanem przekształcono w Tatrzański Ośrodek Swojszczyzny, inne na dobre zniknęły, a wraz z nimi sieć wiejskich świetlic. Podobny los spotyka kluby RUCH-u, kluby rolnika i działające przy nich teatry amatorskie. *Wraz z przejęciem szkół i placówek zdrowia samorządy stanęły wobec wielu dylematów. O ile szkoła musi być, o tyle dom kultury zaledwie może* – mówi Bogdan Potomiec, instruktor ds. współpracy z terenem Wojewódzkiego Ośrodka Kultury w Nowym Sączu. *Paradoksalnie, mimo że pieniędzy na kulturę jest coraz mniej, na naszym terenie odbywa się coraz więcej imprez. Trudna sytuacja finansowa wymusza oszczędne gospodarowanie funduszami, większą elastyczność, współpracę pomiędzy poszczególnymi ośrodkami. Dzięki dużym imprezom plenerowym (np. Dni Lotnictwa w Łososinie, Święto Kwitnącej Jabłoni w Łącku), które za sprawą sponsorów i wysokiej frekwencji są przedsięwzięciami dochodowymi, można organizować mniejsze imprezy o zasięgu lokalnym.*

NA TERENIE samej tylko Sądecczyzny istnieje dziesięć regionów etnograficznych, których przedstawiciele różnią się zasadniczo gwarą i strojami. Działa tutaj około 150 regionalnych zespołów pieśni i tańca. Aby nie dopuścić do unifikacji i zniszczenia lokalnego folkloru pracownicy działu kultury ludowej Wojewódz-

kiego Ośrodka Kultury przeprowadzają badania terenowe, rejestrują na taśmie lokalne przyśpiewki i gawędy. Wiele festynów, organizowanych w tym regionie, ma więc nie tylko charakter typowo rozrywkowy, ale także edukacyjny – pozwala na zapoznanie się ze specyfiką danego regionu. Tak jest na przykład z Poroniańskim Latem, Świętem Pasterskim na Orawie, Latem w Dolinie Kamionki, Karnawałem Góralskim, Pogórzańską Wiosną, Pienińskim Latem, Popradzką Jesienią czy Dniami Huculskimi. Funkcje typowych wiejskich zabaw i festynów przejęły dyskoteki i coraz liczniejsze nocne kluby. Niektórzy starsi mieszkańcy z rozrzewnieniem wspominają zabawy taneczne pod gołym niebem przy wtórze miejscowego zespołu muzycznego. Ale tego rodzaju rozrywkę wyparły inne, „nowocześniejsze" formy spędzania czasu.

SPOŚRÓD większych placówek, oprócz Wojewódzkiego Ośrodka Kultury, działa w Nowym Sączu Młodzieżowy Dom Kultury i Kolejowe Stowarzyszenie Animatorów Kultury, zwyczajowo nazywane Domem Kultury Kolejarza. MDK jest placówką zajęć pozalekcyjnych podlegającą Wydziałowi Oświaty Urzędu Miejskiego. W zajęciach uczestniczy ponad 2 tys. dzieci. Mają one do dyspozycji dział muzyki i folkloru, artystyczny, naukowy, techniczny i sportowy. Dodatkowo dział imprez masowych organizuje zabawy i wycieczki nie tylko dla uczestników zajęć w MDK, ale także wydarzenia o charakterze międzyszkolnym i wojewódzkim.

NAJBARDZIEJ znanym zespołem regionalnym działającym przy MDK są „Sądeczoki", którzy istnieją od 1980 r. i skupiają 150 osób w wieku od 6 do 18 lat. *Borykamy się jak wszyscy z problemami finansowymi* – przyznaje zastępca dyrektora MDK Jerzy Gutowski. *Pieniędzy z budżetu wystarcza tylko na płace – brakuje ich na pokrycie kosztów działalności, na przykład na materiały do zajęć plastycznych, imprezy. Dlatego radzimy sobie jak możemy organizując aukcje prac dzieci, odpłatnie wynajmując pomieszczenia lub szukając wsparcia sponsorów. Za niektóre zajęcia wprowadziliśmy niewysokie opłaty, dzięki którym jesteśmy w stanie pokrywać koszty niezbędnych remontów. Na szczęście dobrze się nam układa współpraca z radą rodziców. Okazuje się, że rodzice z własnej inicjatywy pozyskują fundusze na przykład na wyjazd „Sądeczoków" na koncerty czy stroje dla członków zespołu.*

DOM KULTURY Kolejarza, siedziba regionalnego zespołu pieśni i tańca „Sądeczanie", znany jest przede wszystkim z działalności zespołów teatralnych. Działa tu od 1922 r. najstarszy w Polsce teatr amatorski, znany jako Teatr Robotniczy imienia B. Barbackiego. Chętni do przygody ze sceną zgłaszają się sami, głównie są to dzieci i młodzież. Oprócz niego istnieją jeszcze trzy zespoły: Teatr NSA, Teatr Prowincjonalny im. Luźnej Grupy Cudoki-Szuroki i Scena Młodzieżowa. *Staramy się uwrażliwiać ludzi na sztukę i kulturę* – mówi Janusz Michalik, odpowiedzialny za artystyczny kształt przedsięwzięć realizowanych w DKK. *Preferujemy swobodną formę zajęć tak, aby były one przyjemnością, a nie ciężką pracą.*

Za muzealnym progiem

MUZEUM Okręgowe w Nowym Sączu prowadzi działalność w czterech oddziałach miejscowych i w pięciu na terenie byłego województwa – w Krynicy, Szczawnicy, Szymbarku, Podegrodziu, Bartnem. Ubiegłorocznym hitem wystawienniczym okazała się ekspozycja poświęcona Lubomirskim (rodowi, który w imieniu króla przez ponad 150 lat władał Sądecczyzną), prezentowana w nowosądeckiej Dawnej Synagodze. Otwarcie wystawy zaszczycili Stanisław, książę Lubomirski Lanckoroński z Karkowa i jego brat – Jan, książę Lubomirski z Lozanny. Dużym zainteresowaniem cieszyła się też wy-



stawa „Jan Paweł II – XX-lecie pontyfikatu", pokazywana w oddziale krynickim i Domu Gotyckim w Nowym Sączu. W Domu Gotyckim od ponad 30 lat organizowane są także koncerty „Sądeckie Wieczory w Muzeum", a w związku z trwającym Rokiem Chopinowskim w „Wieczorze 143" wystąpiła profesor Regina Smędzianka. Spośród terenowych oddziałów największą popularnością cieszy się Muzeum Nikifora w Krynicy i Muzeum Pienińskie w Szczawnicy.

Z wizytą w galerii

KONTAKT ze sztuką i dokonaniami współczesnych twórców zapewnia Biuro Wystaw Artystycznych i Nowosądecka Mała Galeria. BWA ma swoje oddziały w Zakopanem, Gorlicach, Nowym Targu i Krynicy, a każdy z nich ma własną specyfikę. BWA w Zakopanem organizuje koncerty kameralne przy współpracy z Towarzystwem Muzycznym im. Karola Szymanowskiego, współpracuje także ze Stowarzyszeniem Pastelistów Polskich, które ma siedzibę w Nowym Sączu. Pod patronatem BWA działa także klub sztuki, skupiający młodzież ze szkół średnich. Odbywają się tutaj wykłady, spotkania z artystami, a także warsztaty malarskie.

SZCZEGÓLNE miejsce w tutejszym krajobrazie kulturalnym zajmuje Nowosądecka Mała Galeria. Alicja Hebda (kierownik) i Andrzej Szarek (opiekun artystyczny) uczą Nowosądecczan, jak, wyzbywszy się kompleksu prowincji, obcować ze sztuką. Realizują to na różne sposoby. Oprócz działalności wystawienniczej organizują spotkania z twórcami (gośćmi byli m.in. Harasymowicz, Konieczny, Miłosz), koncerty, recitale, spektakle teatralne, wieczory poetyckie, happeningi. Wielu artystów jest bardzo zaprzyjaźnionych z Galerią, są to na przykład aktorzy zakopiańskiego Teatru Witkacego. *Chcemy przełamać schemat myślenia o Nowym Sączu w kategoriach prowincji* – mówi Alicja Hebda. *Pragniemy nauczyć młodych ludzi obcowania ze sztuką i wyposażyć ich we wrażliwość, z którą pójdą w świat. Naszym obowiązkiem jest zatrzymać się i posłuchać, co mają do powiedzenia* – dodaje Andrzej Szarek. *Ja pobudzam w nich twórczą adrenalinę, która powoduje, że zaczynają czuć się ważni jako ludzie, nabierają wartości we własnych oczach.*

SĄDECCZYZNA jest też miejscem wydarzeń o zasięgu ogólnopolskim i międzynarodowym. W Krynicy odbywa się Międzynarodowy Konkurs Gitarowy, oraz Festiwal Arii i Pieśni im. Jana Kiepury. W Starym Sączu – Starosądecki Festiwal Muzyki Dawnej, w Nowym Sączu – Memoriał Kabaretowy im. Wojciecha Dębickiego, Dni i Konkurs Sztuki Wokalnej imienia Ady Sari, „Święto Dzieci Gór" – Międzynarodowy Festiwal Dziecięcych Zespołów Regionalnych, Międzynarodowy Kurs Interpretacji Muzycznej, Mały Festiwal Form Artystycznych. Największym wydarzeniem tegorocznej wiosny było trzecie światowe wykonanie „Creda" Krzysztofa Pendereckiego dla 3 tys. osób zgromadzonych w jednym z nowosądeckich kościołów.

ZAINTERESOWANIE różnorodnymi wydarzeniami artystycznymi jest najlepszym dowodem na to, że pragnienie obcowania ze sztuką wcale nie maleje – także na prowincji. Mieszkańcy małych miasteczek mają wprawdzie skromniejszą ofertę imprez artystycznych, niż Warszawiacy czy Krakowianie, ale mimo wielu trudności, mogą w dużym wymiarze uczestniczyć w życiu kulturalnym.

Dorota Stadnik
foto: archiwum autora

matycznych, niż muzycznych – odwiedził je co szósty statystyczny Polak, natomiast operę bądź operetkę tylko co 22. To właśnie tu jednak wystawiono w 1998 r. o 11 więcej premier niż przed rokiem.

Filharmonie i orkiestry

W INSTYTUCJACH dających koncerty sytuacja jest najbardziej klarowna i stała. Od kilku lat działają w Polsce 22 filharmonie, 15 zawodowych orkiestr i chórów oraz 3 państwowe zespoły pieśni i tańca. W 1998 r. odbyło się blisko 19 tys. koncertów (z tego 16 tys. w filharmoniach), które obejrzało 3,3 miliona słuchaczy. Najwięcej, bo aż 3143 koncertów, miało miejsce w Warszawie (wysłuchało ich 618 tys. osób), na drugim miejscu znalazł się Poznań (2050 koncertów – 258 tys. słuchaczy), a następnie Łódź (1254 koncertów – 92 tys. słuchaczy), Olsztyn, Bydgoszcz, Wałbrzych i Zielona Góra. Ponad 80 tys. osób wysłuchało koncertów filharmonicznych zagranicznych artystów, a ponad 33 tys. obejrzało występy zagranicznych zespołów pieśni i tańca. Na 369 koncerty, jakie łącznie dały „Mazowsze", „Śląsk" i Reprezentacyjny Zespół Artystyczny Wojska Polskiego, przyszło ponad 326 tys. ludzi. Na każdym z nich było więc średnio ponad 880 osób, podczas gdy na jeden koncert muzyki poważnej w Warszawie przychodzi przeciętnie 196 osób, w Poznaniu 126, a w Łodzi już tylko 73. Porównywalny „wskaźnik" do występów państwowych zespołów pieśni i tańca ma jedynie opera, do której na przedstawienie przychodzi średnio w Polsce 636 osób (w Warszawie – 809). Operetkę, mającą z reguły mniejsze widownie, ogląda zaś przeciętnie 436 osób (w Warszawie – 536). W zastraszającym tempie maleje natomiast liczba koncertów oraz przedstawień dawanych przez polskie zespoły za granicą – w 1998 r. dano 221 koncertów (przed dwoma laty 520), 260 przedstawień dramatycznych (przed 2 laty 372), opery występowały 220 razy (371 w 1997 r.), a operetki tylko 91 (369 w 1997 r.).

Krzysztof Mich
foto: autor







Z Grzegorzem Furgo, szefem agencji Kontakt, organizatorem wystawy Salvadora Dali, rozmawia Krzysztof Mich.

Wystawa prac Dalego to ogromny sukces, ale słyszałem, że nie spoczął pan na laurach.
Nie mam na to czasu – przygotowujemy bardzo dużą wystawę pod nazwą „Pielgrzym Tysiąclecia, czyli Papież – światu, rodacy – Papieżowi." – będzie się na nią składać 220 fotogramów, a także najciekawsze prezenty, które Papież dostał od polskiej polonii. Wystawę będzie można najpierw oglądać w Pałacu Opatowskich w Gdańsku – otwarcie planujemy na listopad. Do Warszawy ekspozycja dotrze w marcu i będzie dostępna w Pałacu na Wyspie w Łazienkach.

Nazwisko Dali zna każdy, ale czy warto inwestować także w młodych artystów?
Raczej tak, ale w Polsce artyści, którzy są u progu kariery, nie mają siły przebicia. W dobie kultury telewizyjnego pilota wciąż brakuje agencji, które by ich promowały. To wymaga czasu, cierpliwości, długofalowego finansowania, a u nas ani telewizja publiczna, ani inne media nie mają na to ochoty – wszyscy są nastawieni na szybki zysk. Tymczasem, żeby inwestować w sztukę, firma musi być stabilna, mieć duże zaplecze finansowe i wiedzę, jak poruszać się po tej dziedzinie. A w Polsce nie ma odpowiednich szkół, które wykształciłyby profesjonalnych managerów. W tym zawodzie trzeba być wszechstronnym i mieć szerokie horyzonty. Dzisiaj każdy może sobie kupić bilet do dowolnego zakątka świata i odwiedzić najodleglejszą nawet galerię. A chodzi o to, żeby przyszedł właśnie na naszą wystawę.





Zmierzch słowa pisanego

Według nieubłaganych statystyk połowa Polaków nie przeczytała w ubiegłym roku ani jednej książki, a jedna czwarta sięga po nią sporadycznie. Tylko 42% badanych dokonała w księgarni jakiegokolwiek zakupu, z czego ponad połowa kupiła w roku 1998 najwyżej sześć pozycji.

TAK WYNIKA z badań przeprowadzonych przez CBOS w 1999 r. – na zlecenie Instytutu Książki i Czytelnictwa Biblioteki Narodowej – opublikowanych m.in. w piśmie „Wprost" (nr 14, marzec '99) w artykule Marcina Klimkowskiego pt. „Obczyzna Polszczyzna".

KSIĄŻKI są drogie i ludzi nie stać na większe i regularne zakupy – twierdzi Maria Borek, kierownik jednej z nowosądeckich księgarń. *Od stycznia do kwietnia opłacaliśmy czynsz pożyczonymi pieniędzmi, a koszty utrzymania lokalu i jego eksploatacji nieustannie rosną.* Przełom lat 80. i 90. przyniósł prawdziwy boom wydawniczy, jednak dobry okres dla książki należy do przeszłości. Rok 1999 nadal trwa, ale już teraz oceniany jest przez księgarzy jako jeden z najgorszych od wielu lat. Większości księgarń nie stać na zakup wszystkich godnych uwagi nowości. W zamówieniach kierują się przede wszystkim zapotrzebowaniem zgłaszanym przez klientów, którzy inspirowani reklamą książki w telewizji, radiu czy gazecie, pytają o konkretne tytuły. Nie bez znaczenia jest także znajomość upodobań czytelników. Młodzież najczęściej kupuje lektury, podręczniki szkolne i do nauki języków obcych. Kobiety gustują w tzw. „czytadłach", głównie autorstwa Danielle Steel i Judith Krantz, ale pytają także o książki kulinarne oraz poradniki z zakresu zdrowia i urody. Książki z dziedziny fantastyki, literatury wojennej i sensacyjnej wzbudzają zainteresowanie mężczyzn, którzy chętnie sięgają po powieści Grishama, Forbesa, McLeana czy Ludluma – mówi Maria Borek. Wydawnictwa naukowe i popularnonaukowe sprzedają się w mniejszych nakładach, kupują je głównie biblioteki i szkoły, podczas gdy słowniki i wydawnictwa encyklopedyczne nadal znajdują wielu nabywców. Oczywiście są takie miesiące w ciągu roku, kiedy zainteresowanie książkami jest naprawdę duże. We wrześniu i październiku uczniowie i studenci masowo poszukują podręczników, grudzień to tradycyjny miesiąc kupowania książek na prezenty mikołajkowe i gwiazdkowe. W maju wzmożony ruch w księgarniach wiąże się z zakupem prezentów na pierwszą komunię, natomiast w czerwcu koniec roku szkolnego jest doskonałym pretekstem do ofiarowania nagród książkowych. *Choć są miesiące, w których osiągamy dość dobre wyniki finansowe, to i tak borykamy się z coraz większymi problemami i bez pomocy państwa trudno je będzie rozwiązać* – uważa Maria Borek. Tymczasem sądząc po frekwencji w zawsze zatłoczonych MPiK-ach chętnych do kontaktu z książką i prasą na razie nie brakuje.

Z bibliotecznej półki

DOSTĘP do słowa pisanego poza księgarniami zapewniają także biblioteki. Zofia Rusinek, dyrektor podporządkowanej samorządom Biblioteki Publicznej w Nowym Sączu mówi – *Ogólna liczba czytelników zarejestrowanych we wszystkich filiach naszej biblioteki w połowie roku wynosiła 14 534, z czego 7 685 w oddziale głównym i ponad 2 tys. w filii dla dzieci. Regularny, choć niewielki wzrost czytelników wiążemy z otwarciem nowych szkół pomaturalnych i pojawieniem się w mieście wyższych uczelni. Obsługując tę grupę czytelników w pewnym stopniu pełnimy funkcję biblioteki naukowej. Do 1998 r. jako placówka państwowa utrzymywaliśmy się z dotacji ministerialnych, w tym roku 75% naszego budżetu pochodzi jeszcze z ministerstwa. Na zakup nowości przeznaczyliśmy w roku ubiegłym 200 tys. zł., natomiast w tym roku zaledwie 110 tys.*

PRZYSZŁOŚĆ każdej biblioteki zależy od funduszy na zakup nowych pozycji, bez których księgozbiór umiera. Jednak sytuacja dużych bibliotek prezentuje się zdecydowanie lepiej niż drobnych filii czy bibliotek osiedlowych, które podupadają. Nie tylko brakuje środków na zakupy nowych woluminów czy regularne zakupy periodyków, ale rosną także koszty naprawy zniszczonych książek. Coraz więcej bibliotek nie potrafi sprostać wymaganiom czytelników. *Upodobania czytelników są różne, ale można pokusić się o pewne uogólnienia* – mówi Zofia Rusinek. *Młodzież, oprócz lektur i książek pomocnych w nauce, chętnie sięga po literaturę przygodową, fantastykę naukową oraz po mroczne thrillery. O książki dotyczące II wojny światowej oraz historii powojennej, a także o literaturę sensacyjną najczęściej pytają mężczyźni. Przedmiotem zainteresowania kobiet są zazwyczaj powieści obyczajowe. Dużym powodzeniem cieszą się powieści autorstwa Carolla, Whartona i klasyczne kryminały, a także książki, na podstawie których nakręcono film, np. „Co się wydarzyło w Madison County", „Zaklinacz koni". Zdarza się, że przychodzą do nas czytelnicy z listą kanonu literatury światowej prosząc o kolejne pozycje. Dzieła m.in.: Prousta, Balzaca, Zoli, Manna, Showa czy Hessego nie leżą na półkach.*

Z JEDNEJ strony mówi się o upadku czytelnictwa w Polsce, z drugiej zaś kolejki w wypożyczalniach bibliotek osiedlowych zdają się temu przeczyć. Nie ulega jednak wątpliwości, że kondycja wielu bibliotek z roku na rok się pogarsza, a widmo likwidacji staje się coraz bardziej realne. Zwłaszcza przyszłość małych przyzakładowych czytelni stoi pod znakiem zapytania. *Od 1990 r. jest coraz trudniej* – podkreśla Barbara Piszczyńska, długoletni pracownik jednej z bibliotek zakładowych, działających przy zakładzie infrastruktury kolejowej. *W najlepszych latach mieliśmy 40 tys. woluminów, a liczba czytelników sięgała 3 tys. Dziś nasz księgozbiór jest uboższy (18 tys. woluminów), liczba czytelników maleje i wszystko wskazuje na to, że już wkrótce biblioteka zostanie zamknięta.*

Wydawnictwa periodyczne

PRZYSZŁOŚĆ wielu bibliotek na prowincji stoi pod znakiem zapytania, a księgarnie borykając się z trudnościami próbują utrzymać się na powierzchni. Ale czytelnictwo to przecież nie tylko książki, to jeszcze wydawnictwa periodyczne. Obok dobrze znanych tytułów, jak grzyby po deszczu pojawiają się nowe. Wyszukana szata graficzna nie zawsze idzie w parze z równie atrakcyjną zawartością merytoryczną. Żywot wielu kolorowych pism trwa zaledwie kilka miesięcy. „Gazeta Wyborcza", „Dziennik Polski", „Polityka", „Wprost", „Przegląd Tygodniowy" oraz „Agora" to, zdaniem sprzedawców periodyków, najpopularniejsze gazety codzienne i tygodniki. Podobnie jak w przypadku wydawnictw zwartych, tak i przy periodykach można orientacyjnie określić upodobania czytelników. Spośród tygodników kobiety najczęściej wybierają „Halo", „Życie na gorąco", „Panią domu" i „Przyjaciółkę", natomiast miesięczniki, które cieszą się największym zainteresowaniem, to m.in. „Twój styl", „Elle", „Claudia". Dziewczęta często sięgają po „Bravo", „Bravo Girl", „Jestem" oraz „Filipinkę". Dobrze sprzedają się gazety muzyczne oraz pisma o tematyce komputerowej, zwłaszcza te z dołączonymi do nich płytami CD. Wśród pism o charakterze specjalistycznym stałych nabywców znajdują: „Gazeta Prawna", kwartalnik „Archeologia", miesięczniki „Brydż", „Filatelista", „Szachista", pisma poświęcone ekologii oraz magazyny kryminalne.

Dorota Stadnik

Rzeczywistość

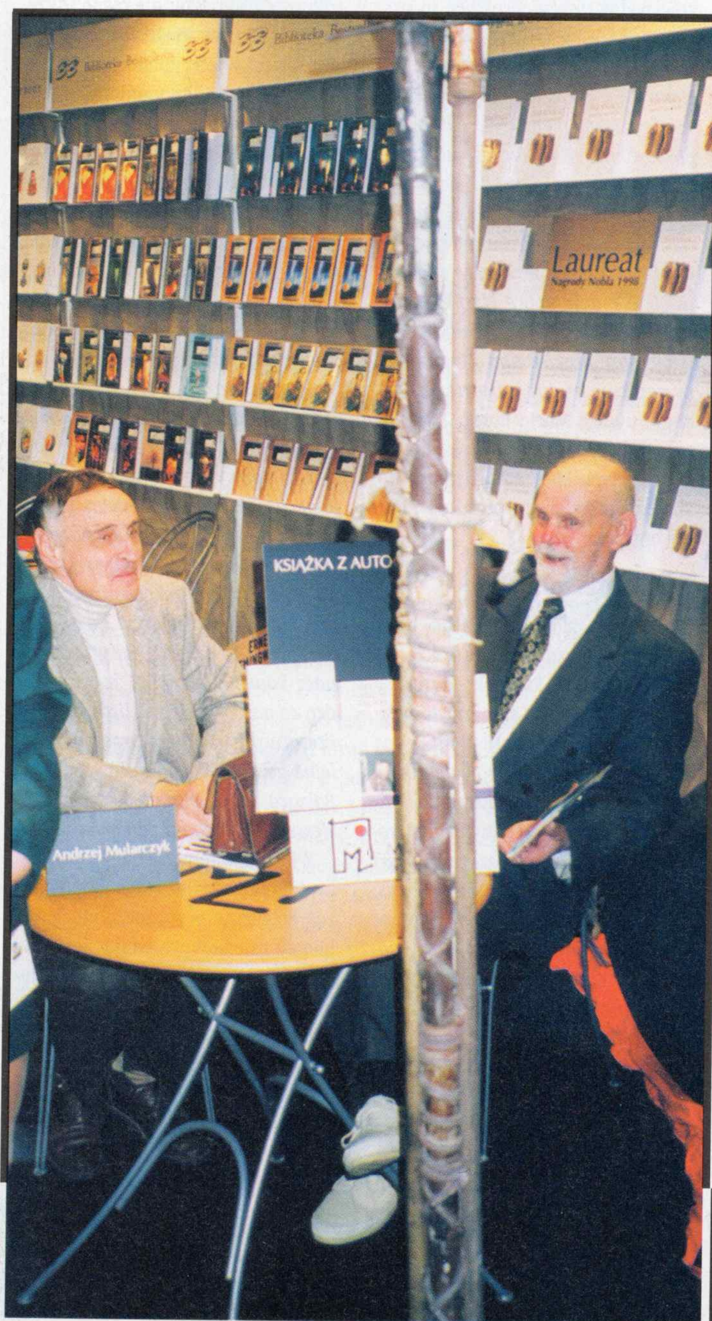
Zadaniem pisarza nie jest moralizowanie czy szukanie prawd ostatecznych, bo każdy to robi na własny użytek. Pisarz powinien wydobyć z materii życia dramat – tak widzi swoją rolę Andrzej Mularczyk.

Posługuje się Pan wieloma gatunkami literackimi: od reportażu, przez scenariusz filmowy, radiowy, telewizyjny, po prozę. Skąd się wzięła ta różnorodność form wypowiedzi artystycznej? W której z nich czuje się Pan najlepiej?

Patrzę na świat jak na dramat i staram się wydobyć z materii życia to, co jest dramatem. Już jako młody dziennikarz nie zajmowałem się nigdy publicystyką, ale szukałem pojedynczego bohatera, przez którego mogłem oddać jakiś fragment rzeczywistości. Oddzielam bardzo wyraźnie to, co różni uprawiane przeze mnie gatunki od tego, co je łączy. A łączy je dramaturgiczne podejście do świata i ludzi. Różni z kolei to, że dzielę świat na *non fiction*, czyli dokument, prawdę, i *fiction*. Rozgraniczam gatunki, ponieważ uważam się za autora literatury faktu, czego przykładem może być chociażby ostatnia z moich książek – *Polskie miłości*. Ważne jest, by autor nie kształtował rzeczywistości, ale ją odzwierciedlał. Nie może nic do niej dodać, może najwyżej coś od niej ująć. Między autorem a bohaterami musi istnieć rodzaj więzi czy umowy, opartej na wzajemnym zaufaniu, w myśl której bohater zawierza autorowi swoje życie, a autor jest mu wierny. To nie znaczy, że piszę wszystko to, co bohater mi mówi. Autor także ma prawo wyboru. Nie mogę jednak występować przeciwko komuś, kto zaoferował mi swoje życie.

A jak jest w przypadku gatunku fiction, czyli fabuły?

Tutaj wykorzystuję te fragmenty rzeczywistości, które nie pasują do literatury faktu. A więc poddaję je swobodnej obróbce. Zastanawiam się, czy ów dramat lepiej opowiedzieć w słuchowisku, czy też jest tak realistyczny, że raczej użyję go w filmie. To już jest moja gra z warsztatem. Ponieważ operuję różnymi gatunkami, powinienem jak najlepiej wykorzystywać swoje tworzywo. To jest jedyny obowiązek pisarza. Nie żadne moralizowanie czy szukanie prawd ostatecznych.



Mimo swobodnego poruszania się wśród różnych gatunków, wciąż trzyma się Pan blisko literatury faktu.

Tak, ponieważ moja droga zawodowa wywodzi się z dokumentu. Uprawiałem reportaż prasowy, byłem dokumentalistą radiowym, konstruowałem formy dramaturgiczne w radiu. W pewnym sensie utknąłem w tej rzeczywistości i zaczęła mnie ona przytłaczać. Dokumentacje do reportaży wykorzystywałem w filmach fabularnych i serialach. Nie ukrywam jednak, że jednocześnie tęskniłem, by oderwać się od tego i stworzyć własny świat, z pewną sztucznością. Zapamiętałem zdanie Adolfa Rudnickiego: „Sztuka jest sztuczna" i potrzebowałem również tej strony sztuki. Odnalazłem szansę realizacji mojej tęsknoty w Polskim Radiu. Właśnie tam, w ciągu ostatnich 15. lat, zrealizowałem utwory pełne umowności, poetyki. Dużą rolę odgrywa w nich muzyka, pisana przez wybitnych kompozytorów w porozumieniu ze mną, autorem dramaturgii i nastroju. W Polskim Radiu odnalazłem się jako inny Mularczyk, nie tylko ten, który bez przerwy ma do czynienia z „gliną życia", ale jako ten, który tworzy własną poetykę. To samo osiągnąłem w pracy w Teatrze Telewizji. Myślę tu o spektaklach w reżyserii Barbary Sałackiej: *Dom na kościach*, *W każdą pierwszą niedzielę* i dramacie telewizyjnym *Bal stulecia*, który zostanie wyemitowany w przedostatnim lub ostatnim dniu tego roku.

we fragmentach

Jaki wpływ ta wszechstronność ma na Pańską pozycję w środowisku i ocenę Pana twórczości?
Zdaję sobie sprawę, że korzystanie z tylu różnorodnych form szkodzi mojej tzw. pozycji autorskiej. Świat krytyki literackiej przyzwyczajony jest do klasyfikacji i hierarchizacji. Jeśli ktoś pisze powieści – jest powieściopisarzem, reportaże – dziennikarzem, jeśli tworzy słuchowiska, jest radiowcem. Tak więc moja aktywność w wielu gatunkach sprawia, iż w opinii środowiska nie wiadomo kim jestem. Robię różne rzeczy i bliżej nie wiadomo, dlaczego. Ale ja wiem, dlaczego. Swoją twórczością odpowiadam na to, co jest najważniejszym i jedynym zadaniem pisarza. Wybieram gatunki, którymi nauczyłem się operować, aby nie umrzeć z nudów przy białej kartce papieru.

Szerokiej publiczności jest Pan znany jako autor scenariusza niezapomnianego tryptyku filmowego: *Sami swoi, Nie ma mocnych, Kochaj albo rzuć*. Wielkim atutem tych filmów były sylwetki głównych bohaterów, tak barwne, że trudno uznać je wyłącznie za fikcyjne lub wyłącznie skopiowane z rzeczywistości. Kto był pierwowzorem Kargula i Pawlaka?
Swoista „wiecznotrwałość" tych filmów jest dla mnie absolutnym fenomenem. Może przyczyną tego jest fakt, że film odpowiada na ciągle aktualne pytanie: dlaczego w Polsce wciąż stoimy po dwóch stronach płota? Jeśli zaś chodzi o kwestię pierwowzorów, to szczególnie bliski był mi pierwowzór Pawlaka. Wzorowałem się bowiem na postaci brata mojego ojca. Jego życie było wprost niewiarygodnie barwne, a przy tym był tak wspaniałym narratorem, że te niezwykłe przeżycia posłużyły mi jako materiał do napisania słuchowiska radiowego pt. *I było święto*. Słuchowisko natomiast stało się podstawą scenariusza filmowego, który dostał do swoich rąk Sylwester Chęciński.

Historia serialu *Dom* – bodaj najdłużej realizowanego serialu na świecie – jest dość niezwykła. Mija właśnie 20 lat od pierwszego klapsa, a ostatnie odcinki są jeszcze w trakcie montażu. Przypadek ten to najlepszy dowód, że w naszej rzeczywistości epika skazana jest często na interwencje historii.
Rzeczywiście. Najpierw mieliśmy interwencje cenzury, potem wprowadzono stan wojenny. Produkcja serialu została zawieszona, a ekipę realizatorów ukarano za filmowanie czołgów na ulicach miasta. W późniejszych miesiącach stanu wojennego wyrażono co prawda zgodę na dalszą realizację, ale postawiono tak wiele warunków, że nie mogliśmy na nie przystać. Potem z kolei brakowało pieniędzy, a nowemu kierownictwu telewizji nie zależało zbytnio na serialu. Dopiero w początkach lat 90. podjęto produkcję nowych odcinków. Część z nich telewidzowie mogli oglądać wczesnym latem tego roku. Ostatnich 5 odcinków wejdzie na ekrany na początku roku przyszłego. Nasza historia kończy się w sierpniu 1980 r. Wspólnie z Jerzym Janickim (współautorem scenariusza) zdecydowaliśmy, że dalszego ciągu nie będzie. W sumie powstało 25, półtoragodzinnych odcinków.

Andrzej Mularczyk, autor literatury faktu, słuchowisk, scenariuszy filmów fabularnych i sztuk telewizyjnych, prozaik. W wieku 19 lat podjął pracę reportażysty. Wieloletnie doświadczenie dokumentalisty zaowocowało książkami z dziedziny literatury faktu m. in. *Co się komu śni, Czyim ja żyłem życiem, Siostra, Polskie miłości.* Jest autorem znakomitych dokumentalnych audycji radiowych i ponad 60 słuchowisk. Jako jedyny Polak został dwukrotnie laureatem najwyższej międzynarodowej nagrody radiowej Prix Italia: w 1980 r. w Bolonii za słuchowisko *Z głębokości wód* i w 1966 r. w Neapolu za utwór *Cyrk odjechał, lwy zostały.* Autor scenariuszy kilkunastu filmów fabularnych, wśród nich niezapomnianego tryptyku komediowego: *Sami swoi, Nie ma mocnych, Kochaj albo rzuć.* Wedle jego scenariuszy powstało wiele spektakli oraz filmów telewizyjnych. Twórca serialu *Droga* oraz współtwórca m. in. serialu *Jest jak jest* i opowieści filmowej *Dom.* Wydał zbiór słuchowisk *Kwiaty z pierza*, tom scenariuszy filmowych *Jeszcze słychać śpiew i rżenie koni* oraz prozę fabularną: *Świeży zapach dzikiej mięty* i *Śmietnik Pana Boga.* Andrzej Mularczyk uważa, że nie ma ciekawszej książki niż nie napisany los każdego człowieka.

Wydaje się, że prawda historyczna zawarta w serialu jest, obok fabuły i sylwetek bohaterów, najmocniejszą jego stroną. Czy to właśnie, Pana zdaniem, przyciąga widzów do filmu?
Idea serialu o Polsce zrodziła się w telewizji. Uznaliśmy, że najlepiej będzie, w historii pewnej kamienicy, zawrzeć historię powojennej Polski, a przez losy mieszkańców, opowiedzieć losy różnych środowisk. Wszystkie postacie mają swoje rzeczywiste pierwowzory, spotkane w trakcie naszej pracy reporterskiej. Również to nadało serialowi wymiar prawdy historycznej. Do uhistorycznienia filmu dodatkowo przyczyniła się ręka Jana Łomnickiego – warsawianisty, dokumentalisty, a zarazem doskonałego reżysera filmów fabularnych. Historyczne tło serialu zostało pieczołowicie odtworzone.

I to jest siła naszego serialu – podobnie zresztą, jak filmu *Sami swoi* – losy bohaterów oddają przeżycia całego narodu.

Serial *Dom* ma również silny wątek autobiograficzny. Główny bohater, Andrzej Talar, jest faktycznie naszym *alter ego*, odzwierciedleniem naszych doświadczeń historycznych. Talar na ekranie przeszedł przez cały magiel PRL-u, przez który my musieliśmy przejść w rzeczywistości. Stąd też nasz sentyment i do serialu i do głównego bohatera.

Przez 20 lat serialowi przybyła nowa publiczność. Dorosło nowe pokolenie, dla którego rzeczywistość powojennej Warszawy znana jest już tylko z podręczników. Emisja drugiej części biła rekordy oglądalności. Dla kogo jest teraz ten serial?
Telewizja nie prowadzi takiego monitoringu, który pozwoliłby z całą pewnością powiedzieć, że serialowi przybyło nowe pokolenie widzów. Wiem jednak, że serial przyciąga widzów nie tylko z mojego pokolenia. W domach toczą się międzypokoleniowe dyskusje na temat wydarzeń, decyzji bohaterów i uwarunkowań tych decyzji. To oczywiście cieszy i pokazuje, że *Dom* spełnia funkcję edukacyjną. Przede wszystkim mówi o konieczności wyboru i cenie, jaką się za to płaci. Wybiera Andrzej Talar, Rajmund Wrotek, a nawet partyjniak Jasiński. Dokumentalność tego serialu osadza wybory postaci w konkretnych sytuacjach politycznych, historycznych, społecznych. Chcieliśmy zrobić serial o bohaterach dnia powszedniego tak, aby widzowie mogli się z nimi identyfikować. Serial zawiera wiele historii, które zdarzyły się naprawdę i pokazuje bohaterów, których naprawdę spotkaliśmy. Tak jest z wątkiem lekarza, którego gra Czesław Janczar, z postacią pułkownika Poznańskiego, czy z dozorcą domu, Ryszardem Popiołkiem. Chciałbym, aby popularność bohaterów drugiej części serialu *Dom* przetrwała podobnie jak popularność Kargula i Pawlaka.

rozmawiała Agata Szmidt
foto: archiwum autora

ZAREJESTRUJ SIĘ w sieci

Już teraz własna domena internetowa jest dla szanujących się firm „elektroniczną wizytówką". Trudno mówić o otwarciu na świat i nowoczesne technologie, jeśli ignoruje się medium, które rewolucyjnie zmienia sposoby przekazywania informacji. Już niebawem firma bez „dobrego" adresu internetowego będzie traktowana tak, jak dzisiaj przedsiębiorca, którego nie stać na porządne biuro.

KAŻDY komputer, podłączony do Internetu, posiada unikalny numer, zwany adresem IP. Jest to ciąg czterech liczb z zakresu od zera do 255, oddzielonych kropkami (np. 195.205.24.94). Pierwszy człon takiego adresu to oznaczenie kraju, druga liczba określa zwykle sieć miejską, trzecia jest kodem firmy przyłączonej bezpośrednio do sieci (np. usługodawcy internetowego), a ostatnia wskazuje na konkretny serwer.

TAKIE ciągi cyfr są bardzo praktyczne w komunikacji między maszynami, ale trudne do zapamiętania dla ludzi. Dlatego właśnie opracowano tzw. Domain Name System (DNS), czyli system nazewnictwa w Internecie, pozwalający posługiwać się adresami w czytelnej postaci typu „www.centertel.pl".

NIE ISTNIEJE nigdzie jedna, centralnie zarządzana lista nazw domen adresowych i przyporządkowanych im adresów IP (są ich przecież miliony). „Tłumaczeniem" nazw na zrozumiałe dla komputerów adresy IP zajmują się rozsiane po sieci tzw. serwery DNS.

KIEDY w oknie przeglądarki wpisujemy jakikolwiek adres, nasz komputer wysyła najpierw zapytanie do najbliższego serwera DNS. Jeżeli nie otrzyma od razu odpowiedzi, zapytanie zostaje przekierowane do innego serwera, obsługującego nazwy z podanej domeny. Dopiero po otrzymaniu poszukiwanego ciągu cyfr, łączymy się bezpośrednio z wybranym miejscem w sieci.

Kto przydziela domeny

W POLSCE rejestracją większości popularnych domen (.pl, .com.pl, .net.pl, org.pl) od początku zajmuje się Naukowo-Akademicka Sieć Komputerowa (www.nask.pl). Najdroższe jest posiadanie adresu z końcówką .pl – to wydatek 300 zł netto rocznie. Domeny typu .com.pl czy .net.pl kosztują 150 zł, a regionalne (np. .waw.pl) – 50 zł rocznie.

DOMENY rejestrowane są w ciągu tygodnia od daty dostarczenia wniosku i formularza. NASK odmawia rejestracji domeny, zawierającej „nazwę podmiotu prawnego, nie związanego z wnioskodawcą". Jest to zabezpieczenie przed sytuacją, w której ktoś chciałby np. zarejestrować nazwę „www.coca-cola.com.pl" (teoretycznie dostępną).

REJESTRACJĄ domen „ogólnoświatowych" (typu .com, .org., .net) zajmuje się firma Network Solutions (www.netsol.com), podlegająca organizacji InterNIC (Internet Network Information Center).

Morze adresów

Według danych z września 1999 r., liczba domen internetowych przekroczyła już 10 mln, z czego domeny typu .com stanowią około dwóch trzecich, domeny krajowe – ok. 20%, .net – poniżej 10%, a .org poniżej 5%. Domen edukacyjnych (.edu) jest zaledwie 5673, a rządowych (.gov) 730.

Domen krajowych najwięcej zarejestrowano w Wielkiej Brytanii (ponad 402 tys.). Na dalszych pozycjach uplasowały się: Niemcy, Australia, Holandia oraz Dania. Polska, z ponad 26 tys. zarejestrowanych domen, znajduje się w tej klasyfikacji na 20 miejscu, wyprzedzając m.in. Belgię, Finlandię i Hiszpanię. 69% z tej liczby to domeny .com.pl, a 27% przypada na .pl.
(Dane za internetowym serwisem domeny.com)

PEŁNEJ rejestracji domeny (ew. wstępnej rezerwacji) można dokonać on-line. W tym celu trzeba podać podstawowe dane osobowe, numer karty kredytowej i dane serwera DNS. Rezerwacja kosztuje 119 USD, a rejestracja – 70 USD (obowiązuje przez dwa lata, z możliwością automatycznego przedłużenia umowy).

MONOPOL Network Solutions został niedawno złamany – na rynek mają wkroczyć komercyjni rejestratorzy. Będą oni mieli swobodę ustalania cen za rejestrację, otrzymają też prawo korzystania z WhoIS – ogromnej bazy danych o właścicielach domen (pod warunkiem, że nie wykorzystają jej do wysyłania „spamu").

JEDYNĄ „daniną" na rzecz Network Solutions będzie 6 dolarów od każdej zarejestrowanej domeny. Można spodziewać się, że i w tej dziedzinie wprowadzenie konkurencji wpłynie na znaczne obniżenie cen.

Po co ta domena

KAŻDA poważna firma chce mieć dla siebie i swoich marek unikalne nazwy, które będą kojarzone przez wszystkich z określonym produktem czy usługą. Wszelkie próby posługiwania się zastrzeżoną nazwą w sposób nieautoryzowany są przez właścicieli zawzięcie tępione.

WYOBRAŹMY sobie teraz, że powszechnie szanowana firma XYZ, działająca w Polsce, nie zarejestruje adresu „www.xyz.com.pl". Można powiedzieć: to jej sprawa, widać nie zamierza inwestować w media elektroniczne. Czy jednak właściciele firmy będą zadowoleni, gdy jakiś sprytny nastolatek wpadnie na pomysł, że nazwa XYZ może ściągnąć na jego witrynę sporo osób i postanowi zarejestrować taką domenę?

WTEDY z pewnością pomyślą o odebraniu nazwy na drodze sądowej, ale jak powszechnie wiadomo, bywa ona istną „drogą krzyżową", pochłania wiele czasu i pieniędzy. Niezbędne jest m.in. udowodnienie, że nasza nazwa została zastrzeżona wcześniej jako znak towarowy (trademark). Sama rejestracja jest zaś prostą czynnością i nie wiąże się z żadnym wielkim wydatkiem. Chyba więc lepiej zawczasu pomyśleć o ochronie tożsamości firmy, także w przestrzeni wirtualnej.

Duży może więcej

NIE SĄ TO wcale teoretyczne rozważania. Ostanio głośny był przypadek sporu o internetową domenę „www.appleimac.com". Abdul Traya, 17-letni uczeń z Kanady, zarejestrował ją latem 1998 r., tuż przed rozpoczę-

ciem przez Apple sprzedaży kolorowych komputerów (iMac), które stały się wielkim rynkowym przebojem. Apple zażądał od nastolatka zrzeczenia się praw do domeny. Proces trwał wiele miesięcy i zakończył się porozumieniem stron – najprawdopodobniej w zamian za adres firma zobowiązała się do przekazania 30 iMaców szkole, w której uczy się Traya.

JAK WYKAZAŁ niedawny, precedensowy wyrok sądu w Bostonie, nawet zastrzeżony znak towarowy nie jest gwarancją ochrony tożsamości firmy w Internecie. Po trzyletnim procesie o prawo własności do domeny „clue.com", tamtejszy sąd wydał na początku września br. postanowienie korzystne dla niewielkiej firmy Clue Computing, a nie produkującego zabawki koncernu Hasbro.

W UZASADNIENIU wyroku sąd podał, że samo posiadanie znaku towarowego (Hasbro zarejestrowało znak „Clue" dla gry planszowej) nie zapewnia prawa do domeny o tym samym brzmieniu. Uznano też, że Hasbro i Clue Computing działają na odmiennych rynkach, a więc nie można mówić o naruszaniu interesów.

STRONY sporu o prawo do domeny będą musiały poddawać się „niezależnemu arbitrażowi". Arbitraż ma kosztować niecałe 900 dolarów – bogate koncerny nie będą więc miały przewagi, która dotychczas wynikała z łatwości opłacenia wysokich kosztów procesu (organ rejestrujący domenę zazwyczaj „zamrażał" ją i czekał na wyrok sądowy).

Słowa warte miliony

W INTERNECIE prawdziwe fortuny robią obrotni przedsiębiorcy, którzy rejestrują – z myślą o późniejszej sprzedaży – domeny, zawierające popularne nazwy własne. Z czasem mogą one stać się obiektem pożądania wielkich firm, które zechcą wykupić słowa-klucze, otwierające wrota do internetowego sezamu.

POWSTAŁ już nawet sieciowy dom aukcyjny Great Domains, gdzie sprzedaje sie najbardziej „chodliwe" nazwy. Jego wielkim przebojem była w sierpniu br. domena „drugs.com", o którą podczas licytacji walczyły czołowe koncerny farmaceutyczne. Cena sprzedaży osiągnęła ponad 800 tys. USD (dom aukcyjny pobiera od każdej sumy 10% prowizji).

NA INNEJ aukcji, przeprowadzonej przez New Commerce Communications, sprzedano za ponad 1 mln USD domenę „wallstreet.com". Z licytacji zwycięsko wyszło wirtualne kasyno, zarządzane przez Simpson Bay Ltd. Nabywca przewiduje, że inwestycja zwróci się w pół roku. „To kawał dobrej, sieciowej „nieruchomości", wart swej ceny, a nawet więcej..." – powiedział po aukcji.

CORAZ bardziej powszechne staje sie zjawisko „podszywania" się różnych witryn pod często odwiedzane strony www (i żerowania na ich popularności). Brytyjski dostawca usług internetowych Ultranet zarejestrował adres „www.excited.com", nieprzypadkowo kojarzący się z wielkim katalogiem i wyszukiwarką „www.excite.com".

NIERZADKO, korzystając z popularnej nazwy, rejestruje się domenę z inną końcówką – tak postąpił m.in. autor serwisu erotycznego „whitehouse.com" (nie wszyscy szukający sieciowej witryny Białego Domu wiedzą, że właściwy adres to „www.whitehouse.gov").

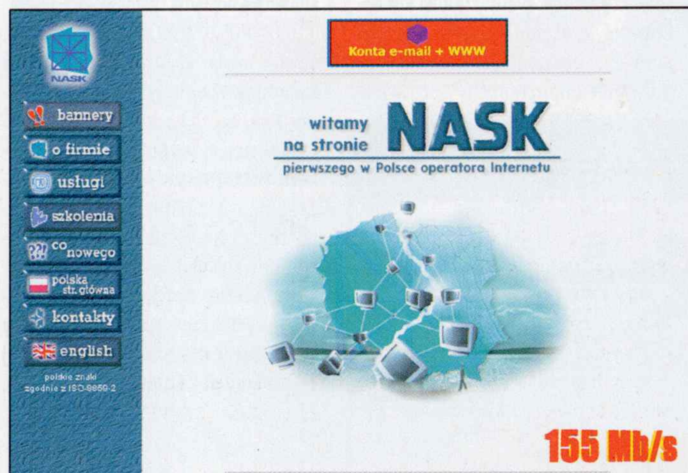
W POLSCE za ogromną popularnością (w pełni zasłużoną) serwisu „www.ksiazki.pl" stara się nadążyć nieco gorsza jego kalka pod nazwą „www.ksiazka.pl".

DZIAŁALNOŚCIĄ w pełni legalną, a przynoszącą spore zyski tzw. developerom internetowym jest rejestrowanie poddomen w celu odsprzedawania, zazwyczaj prywatnym użytkownikom, poddomen jeszcze niższego poziomu. W ofercie jednej z polskich firm (www.domeny.com) znajduje się rejestracja adresu z jedną z trzech atrakcyjnych końcówek: .new.pl, .promo.pl i adv.pl. Wiadomo, że za zakupem adresu idzie zwykle zamówienie tzw. serwera wirtualnego, często także opracowania stron www... i już kolejny klient jest w sieci.

MOŻLIWOŚCI rejestracji różnych domen nie brakuje – każda firma i instytucja może wybrać taką formę obecności w sieci, która najbardziej odpowiada jej obecnym potrzebom i planom na przyszłość. Mam nadzieję, że powyższy tekst również trochę w tym dopomoże.

Paweł Piasecki





Jak czytać internetowe adresy?

Ostatni człon nazwy (ang. top-level domain) określa funkcję domeny albo jej lokalizację geograficzną. Najpopularniejsze skróty tzw. domen funkcjonalnych to:

.com – firma lub organizacja komercyjna, w Wielkiej Brytanii stosowany jest wariant .co
.org – organizacja niekomercyjna
.edu – organizacja edukacyjna
.net – sieć co najmniej trzech serwerów

Dużo rzadziej spotyka się skróty:
.gov – agenda rządowa, we Francji wariant .gouv
.mil – organizacja wojskowa, wyłącznie Stany Zjednoczone
.ac – organizacja akademicka, wyłącznie Wielka Brytania

Większość adresów internetowych zawiera kod kraju, np.
.pl – Polska
.uk – Wielka Brytania
.de – Niemcy
.fr – Francja
.it – Włochy
.es – Hiszpania
.jp – Japonia
.ca – Kanada
Przyjęło się, że firmy i organizacje amerykańskie nie używają kodu geograficznego.

W Polsce najczęściej spotykamy nazwy czteroczłonowe typu „www.firma.com.pl". Popularne (i najwyżej wyceniane przez NASK) są też nazwy o charakterze ogólnopolskim, nie zawierające członu funkcyjnego (np. www.centertel.pl). Znacznie tańsze (i na ogół uważane za mniej prestiżowe) są domeny regionalne – wtedy przed .pl pojawia się np. waw (dla regionu warszawskiego).

Warto podkreślić, że sam fakt, że w adresie internetowym polskiej witryny www nie pojawia się kod .pl, nie przesądza, że jest to serwis angielskojęzyczny. Każdy może bowiem wykupić domenę .com, .org, .net lub .edu. Litery www na początku adresu są czasami pomijane (np. „wirtual.pl"). Mogą być też zastąpione przez skrót ftp, jeżeli mamy do czynienia z serwerem, pełniącym rolę archiwum plików.

Bądź gotowy na rok 2000

Pesymiści snują apokaliptyczne wizje ogólnoświatowej katastrofy, którą wywołać może drobny z pozoru błąd programistów. Optymiści powiadają: „strachy na lachy" i zastanawiają się raczej nad tym, jak najhuczniej i najbardziej oryginalnie przywitać Nowy Rok 2000 i nowe millennium.







JEDNYM i drugim Internet dostarcza bogatego materiału do przemyśleń. Na hasło „2000" wyszukiwarka zasypuje nas odnośnikami do stron www, podających niezawodne recepty na przetestowanie naszego oprogramowania (jeżeli nie jest odporne na tzw. „Y2K problem", to komputer może powitać nas w Nowym 1900, zamiast 2000 roku). Wystarczy jednak dodać magiczne słówko „celebrations", by uwolnić się od czarnych scenariuszy, pisanych przez informatyków (mądrzy po szkodzie...) i zatopić w wirtualnym świecie szampańskiej, sylwestrowej zabawy.

TYM, którzy nie lubią się trudzić szukaniem i cieszą się, gdy wszystko dostępne jest w jednym miejscu, polecam zajrzeć na stronę **„www.everything2000.com"**. Adres brzmi bardzo pompatycznie, ale trzeba przyznać, że zapowiedź nie pozostaje gołosłowna. Jest to chyba najlepsze miejsce w Internecie, jeśli chodzi o ilość i wszechstronność informacji związanych z nowym milenium, w tym także z komputerowym problemem roku 2000.

CODZIENNIE aktualizowany serwis przedstawia najróżniejsze pomysły na spędzenie wyjątkowej sylwestrowej nocy (gdy już uporamy się z odpowiednim ustawieniem zegara w pececie). Najwięcej miejsca poświęcono tzw. mega events, takim jak np. impreza na Times Square w Nowym Jorku czy otwarcie gigantycznej kopuły Millennium Dome w Greenwich.

AUTORZY witryny informują nas o wszelkich przepowiedniach – od Ery Wodnika po Sąd Ostateczny – związanych z rokiem 2000, bawią milenijnymi dowcipami, pomagają zainstalować zegary, odliczające czas pozostały do nowego tysiąclecia, proponują setki gadżetów, ofert linii lotniczych, biletów na imprezy, książek, wirtualnych transmisji... W głowie się kręci, ale w końcu jeśli chcieliśmy wszystkiego, to mamy.

WIELU z internautów zajrzy też z nadzieją pod adres „www.allabout2000.com". Uprzedzam jednak, że ten serwis w znacznie mniejszym stopniu spełnia obietnicę zawartą w swej nazwie. Jest raczej katalogiem odnośników przetykanych reklamowymi banerami. Podobny wygląd ma, niestety, większość stron www poświęconych milenijnym obchodom.

ZAPOBIEGLIWI spece od internetowego marketingu już dawno zarejestrowali domeny adresowe typu **„www.year-2000-party.com"**, będące magnesem dla spragnionych rozrywki i nowych wrażeń. Im bliżej magicznej daty 1 stycznia 2000 r., tym większy ruch na takich serwerach, aż w końcu – obawiam się – powstanie nieprawdopodobny korek. Najlepiej więc już teraz dotrzeć w przestrzeni wirtualnej wszędzie tam, gdzie chcemy zajrzeć w starym tysiącleciu.

TYM, KTÓRZY zawsze chcą być pierwsi, proponuję odwiedzenie internetowej witryny Gisborne na Nowej Zelandii (**www.gisborne2000.org.nz**). Organizatorzy obchodów utrzymują, że właśnie tam będzie można ujrzeć pierwszy na naszej planecie wschód słońca w nowym tysiącleciu.

PRZYPUSZCZAM, że niewiele osób, nawet spośród tych ogarniętych milenijną manią, zechce witać Nowy Rok na drugim końcu świata. Jednak dzięki magicznej mocy Internetu każdy może – już teraz – poczuć się członkiem wielkiej społeczności czekającej na „pierwsze światło" nowego milenium.

MOŻE TEŻ przyłączyć się do inicjatywy Planet Earth Peace Day (**www.peaceday2000.com**), której celem ma być połączenie w jednej,

historycznej chwili, pokojowych intencji milionów ludzi dobrej woli.

MILENIUM jest słowem, które najsilniej zawładnęło naszą wyobraźnią. Byli jednak i tacy, którzy już w 1991 r. pomyśleli, że dwa tysiące lat ludzkiej historii to w skrócie billennium. Tak powstała organizacja, stawiająca przed sobą ambitny cel podsumowania dorobku naszej cywilizacji i przeniesienia w trzecie tysiąclecie tego, co w niej najwartościowsze.

STRONY **„www.billennium.com"** są w dużej mierze tekstowe, ale jednocześnie – i to ich największa zaleta – interaktywne. Można wypowiedzieć się w jednej z cyklicznie zmienianych ankiet/sondaży, a przede wszystkim zostawić w Internecie swoje billennijne postanowienie (Billennium Resolution). Zostanie ono umieszczone na optycznym dysku o trwałości (podobno) miliona lat, który to dysk zostanie wysłany na okołoziemską orbitę na pokładzie satelity.

ZAPEWNE niektórzy z Państwa chcą zapytać o polskie akcenty w internetowych przygotowaniach do nowego tysiąclecia. Śpieszę przypomnieć, że mamy przynajmniej jeden powód do dumy. Kraków jest jednym z dziewięciu miast, które na mocy decyzji Rady Ministrów Kultury Unii Europejskiej otrzymały zaszczytny przywilej noszenia w 2000 r. miana Europejskiego Miasta Kultury. Przywilej to tym większy, że w tym elitarnym gronie tylko Kraków i Praga nie znajdują się na terytorium Unii (pozostałe miasta to Awinion, Bolonia, Brema, Bruksela, Helsinki, Reykjavik i Santiago de Compostella).

W INTERNECIE od dawna istnieje serwis Magiczny Kraków (**www.krakow.pl**), rekomendowany już na łamach „Profil-u". Teraz przybyła miastu witryna milenijna (**www.krakow2000.pl**). Znajdziemy tam zarówno szczegółowe kalendarium bieżących i planowanych wydarzeń kulturalnych, jak i migawki z krakowskich festiwali w latach 1996-1998, których gospodarzami byli kolejno reżyser teatralny i filmowy Andrzej Wajda, literaccy nobliści Czesław Miłosz i Wisława Szymborska oraz kompozytor Krzysztof Penderecki. Magia świetnej przeszłości i aura milenijnych obchodów składają się na bardzo ciekawy obraz wirtualnego Krakowa.

W CHWILI, gdy większość z nas szykuje się do przywitania trzeciego tysiąclecia, skrupulatni jak zawsze Szwajcarzy podkreślają, że w rzeczywistości nowe milenium zaczyna się dopiero 1 stycznia 2001 r. (nie ma roku zerowego, jest za to setny). Trzeba przyznać, że mają oni ważny powód, by „przesuwać" epokową datę – w 2001 roku są organizatorami Expo (**www.expo2001.ch**).

GIGANTYCZNA impreza wśród alpejskich jezior, której tematem przewodnim ma być przyszłość komunikacji i transportu, zapowiada się naprawdę imponująco. Dwadzieścia szybkich katamaranów będzie przewozić gości pomiędzy 5 głównymi centrami wystawowymi. Stałą łączność będą też zapewniały najnowsze technologie multimedialne. Jeszcze nie przywitaliśmy 2000 roku, a już robimy daleki skok w przyszłość. Oczywiście za sprawą Internetu.

Paweł Piasecki

peaceday2000.com

days until the Miracle Minute of Silence

Old Site

Search | our mission | resources | events | get involved | contact

If everyone just says...YES !!

Millennium Miracle Minute of Silence

On January 1st, 2000 Planet Earth Peace Day will share the First Light of the new millennium from New Zealand and expand worldwide. At the dawning, join billions of people as we globally connect in a millennium miracle minute of silence for world peace.

Imagine the awesome power of billions of people around the world all sharing the same thought at the same time to begin the 21st century. The idea of the millennium miracle minute of silence for world peace is to focus and harness that collective energy to influence the global heart. A simple solution to a complex problem... silence......spreading globally with a feeling of Peace on Earth.........Let the whole world stop for one minute ...to create a global shift toward world peace

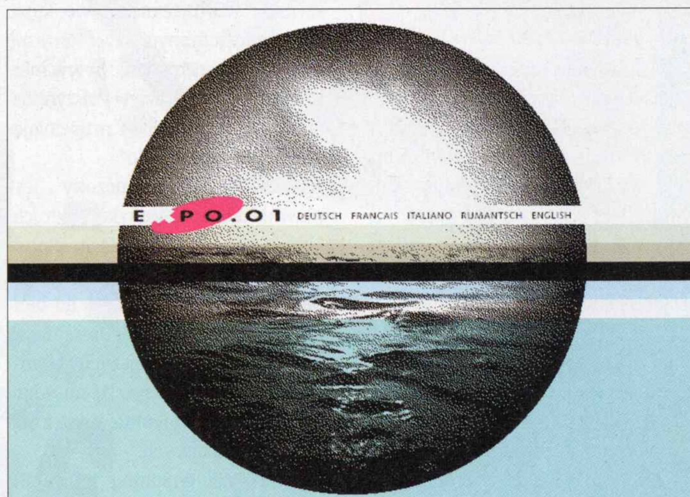
W 1995 roku Rada Ministrów Kultury Unii Europejskiej podjęła decyzję o przyznaniu tytułu Europejskiej Stolicy Kultury na rok 2000 aż dziewięciu miastom. W gronie laureatów znalazł się również Kraków, jako pierwsze - obok Pragi - miasto tej części Europy. Powodem odejścia od zasady jeden zwycięzca był szczególny, symboliczny charakter tej daty. Konsekwencją tego była również oficjalna zmiana przyznawanego tytułu - Kraków, a także Awinion, Bergen, Bolonia, Bruksela, Helsinki, Praga, Reykjavik i Santiago de Compostela będą w roku 2000 Europejskimi Miastami Kultury.

EUROPEJSKIE MIASTO KULTURY

2000 KRAKÓW

EUROPEAN CITY OF CULTURE

In 1995, the Cultural Council of Ministers of the European Union passed a decision granting the title of the Capital of European Culture for the year 2000 to nine cities. Krakow was nominated as one of the first laureates, in Central Europe, along with Prague. The specific and symbolic characteristic of the date 2000 was the reason for such a divergence from the "one winner" rule. Another result of this was also the official changing of the event title. Krakow as well as Avignon, Bergen, Bologna, Brussels, Helsinki, Prague, Reykjavik, and Santiago



what is the billennium? | be a part of it! | past | present | future | countdown | survey | shopping | billennio | chat 2000 | site map | contact us

The Billennium® 2000

The Official Celebration of the Year 2000

Make your resolution now!

"To help others realize their dreams."

Steve S.P., Bucksport, Maine

countdown to the year 2000

86:19:44:14

days hrs mins secs

Click here to download the Billenium Clock!

"Get busy living or get busy dying."

Stephen King

at's hot! Take The Official Mill

Bookmark this page and return often

© 1999 Billennium Organizing Committee. All Rights Reserved

Connected Globe

Welcome to the Connected Globe millennium travel site.

The millennium pages. Millennium events and travel information for every country in the world

CLICK HERE amazon.com AUCTIONS

Welcome to Japan. A fascinating miscellany of items on Japan. Calligraphy exhibition, browse the Web in Japanese, learn Japanese.

World News

Travel Features. Currently featuring South-East Asia.

This document was last updated September 6th

© Metrotel Multi-Media Ltd

Contact WebMaster

ENCYKLOPEDIA PWN – GEOGRAFIA

Oto encyklopedia, która – mam nadzieję – naprawdę „zbłądzi pod strzechy".



IDEA publikowania encyklopedii w odcinkach nie jest już na naszym rynku nowa, ale po raz pierwszy pomysł ten został zrealizowany przez tak szacowne wydawnictwo, jakim jest warszawskie PWN. W październiku do kiosków trafił pierwszy zeszyt z serii, zatytułowany „Geografia". Kolejne odcinki (całość można zaprenumerować) mają ukazywać się co miesiąc. Każdy poświęcony będzie innej dziedzinie: od sztuki, poprzez nauki ścisłe i osobno biologię, do historii oraz humanistycznego dorobku cywilizacji.

PIERWSZY numer „Encyklopedii..." prezentuje się bardzo interesująco i zachęca do kolekcjonowania dalszych zeszytów. Mimo popularnego charakteru publikacji, udało się zachować elegancką szatę graficzną i wysoki poziom merytoryczny. „Geografia" składa się z dwóch głównych części. Pierwsza pozwala na odszukanie interesującego nas hasła, a druga (Atlas) – na wędrówkę po interaktywnych mapach.

OBIE CZĘŚCI są ze sobą ściśle powiązane. „Hasło" może być informacją tekstową, zdjęciem, animacją czy mapą. Gdy zaznaczamy obiekty na mapach, w okienku wyświetlana jest lista towarzyszących im haseł. Do łatwego porównywania informacji służą zestawienia (np. tabele z powierzchnią krajów czy gęstością zaludnienia). Niska cena i wybitne walory edukacyjne wróżą „Encyklopedii..." znakomitą przyszłość.

BIOLOGIA KOMÓRKI

Ciekawy program, choć nazwałbym go raczej „szkolnym" niż edukacyjnym.



WYDAWCĄ „Biologii komórki" jest Prószyński i S-ka, płytę można więc kupić np. w prowadzonym przez tę firmę sklepie internetowym (www.merlin.pl). Na stronach www Prószyńskiego znajduje się też serwis uzupełniający dla „Biologii komórki".

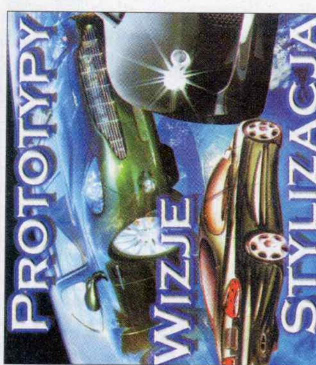
PROGRAM przeznaczony jest głównie dla uczniów szkół średnich. Składa się z kilkudziesięciu plansz tekstowych, połączonych w grupy tematyczne (m.in. od DNA do białka, struktura komórki). Dostępne są objaśnienia trudniejszych terminów – kliknięcie myszką na odpowiedni wyraz wywołuje jedno z 500 haseł słownikowych.

WARSTWĘ wizualną programu tworzą 3 rodzaje elementów: aktywne rysunki (w „dymkach" pojawiają się opisy ich części składowych), trójwymiarowe modele cząsteczek (można je obracać w przestrzeni) oraz animacje, przedstawiające różne zjawiska, m.in. produkcję białka, składanie genu czy śmierć komórki zaatakowanej przez wirusy.

WYSOKO należy ocenić samą koncepcję programu, czytelność głównego menu i łatwość nawigacji, osiągniętą dzięki dużej liczbie hipertekstowych odnośników. Myślę jednak, że „Biologia komórki" mogłaby w większym stopniu łączyć naukę z przyjemnością, angażować użytkownika w omawiane zagadnienia, przedstawiać je w bardziej przystępny sposób. Znacznie zwiększyłoby się dzięki temu grono odbiorców programu.

PROTOTYPY – WIZJE – STYLIZACJA

Krążek dla tych, którzy interesują się samochodami jako dziełami sztuki użytkowej.



AUTOR programu, Wojciech Sierpiński, dziennikarz cenionego w branży tygodnika „Motor", znalazł oryginalny sposób na prezentację bogatego materiału tekstowego i zdjęciowego (3,5 tys. ilustracji). Większość motoryzacyjnych CD-ROM-ów skupia się niemal wyłącznie na prezentacji danych technicznych i „osiągów" aut. „Prototypy-wizje-stylizacja" pozwalają nam natomiast na prześledzenie drogi, jaką przebywa samochód: od szkiców na desce projektanta, poprzez modele studyjne, do kształtu, jaki widzimy w salonie.

PROGRAM zawiera wiele unikalnych zdjęć i cennych informacji, zdobytych w ciągu 20 lat pracy dziennikarskiej autora w ośrodkach badawczo-rozwojowych, podczas targów motoryzacyjnych, „dni otwartych" i prezentacji przeznaczonych wyłącznie dla prasy.

MOŻNA tu zobaczyć samochody, które nigdy nie weszły na rynek, nowatorskie wizje, które zostały wcielone w życie po wielu latach (np. Renault Megane z 1988 r.) i różne wersje popularnych aut (np. Fiata Punto), które projektanci rozważali przed podjęciem ostatecznej decyzji.

PROGRAM jest prosty w obsłudze: z głównego menu przechodzimy do katalogu firm i poszczególnych modeli. Nie rozumiem tylko sensu podziału menu na trzy tytułowe części, skoro wszystkie obejmują ten sam materiał.

AUTO MOTOR I SPORT – KATALOG 1999/2000

Warto zaopatrzyć się w ten katalog przed zakupem nowego auta.



TO OCZYWIŚCIE nie jedyny, ale bardzo ważny powód, by sięgnąć po ten krążek. Program przygotowany przez zespół pisma „Auto Motor i Sport" zawiera wszelkie informacje, jakich potrzebujemy przed podjęciem decyzji o zakupie samochodu. Warto najpierw starannie porównać wady i zalety poszczególnych modeli, zapoznać się z opiniami ekspertów, raportami z jazdy, wynikami testów długodystansowych i tzw. crash-testów (sprawdzających poziom bezpieczeństwa auta).

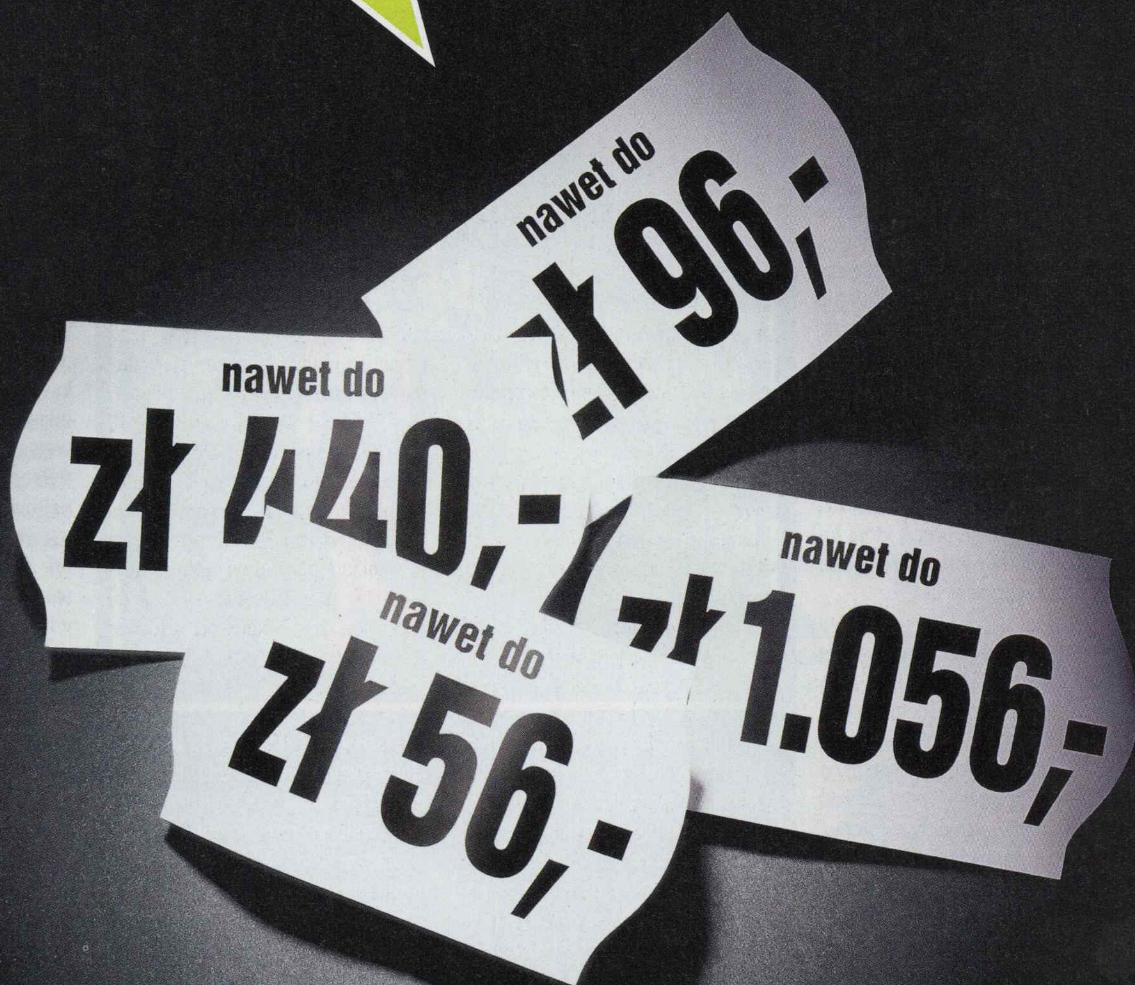
OPISYWANY program prezentuje ponad 2770 modeli samochodów, pochodzących od 97 producentów z całego świata (niespełna połowa z nich to auta oferowane w polskich salonach).

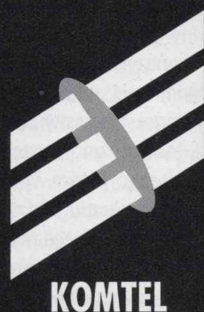
ZA BARDZO umiarkowaną cenę otrzymujemy aż dwa dyski: pierwszy zawiera wszystkie teksty i zdjęcia, drugi – kilkanaście filmów (łącznie 70 minut). Na uwagę zasługuje możliwość przeglądania aut w poszczególnych klasach (od najmniejszych, poprzez luksusowe i sportowe, do terenowych i minivanów) oraz przeszukiwania bazy danych według wielu różnych kryteriów.

ŁATWOŚĆ porównywania zgromadzonych w katalogu informacji, możliwość wydrukowania danych, dostępność aktualizacji w Internecie – to główne zalety tego pożytecznego programu.

Recenzje: Paweł Piasecki

Nie tylko ceny przygotowaliśmy na Komtel!





Jeżeli chcą Państwo poznać pełną ofertę naszych akcesoriów do telefonów komórkowych to zapraszamy na IX Międzynarodowe Targi Telekomunikacji Komtel – 99. Warszawa, Pałac Kultury i Nauki, w dniach od 23 do 25 listopada 1999 r.

www.mline.pl

ppi

Nr 1 w akcesoriach do markowych komórek

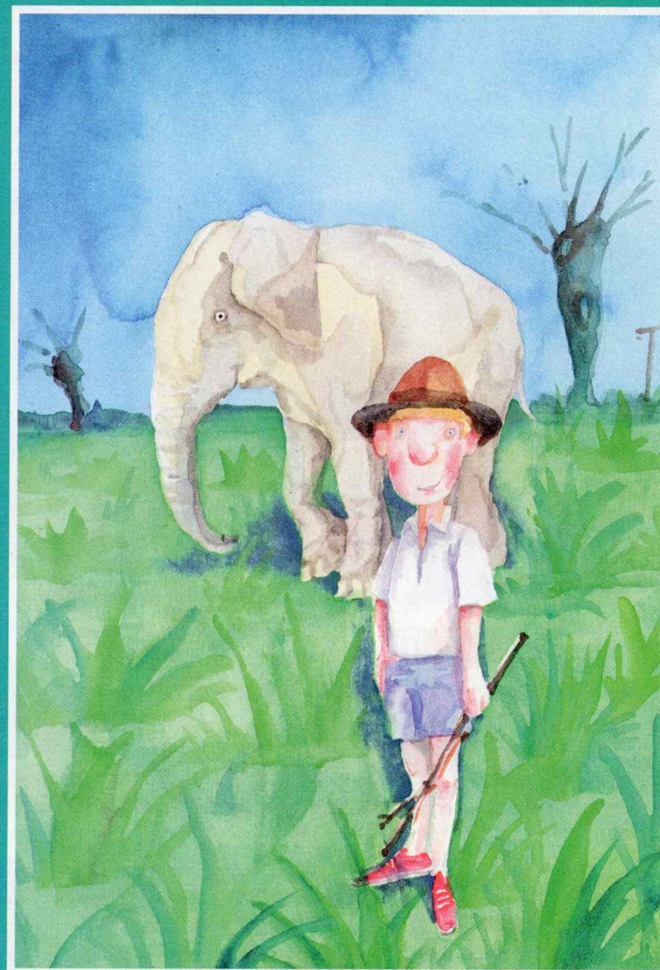
MLINE®

od słowa do słowa

HISTORIA, która przydarzyła się moim przyjaciołom, zbulwersowała mnie do tego stopnia, że postanowiłam o niej napisać. To jedna z tak zwanych sytuacji życiowych, które najczęściej kwitujemy kiwaniem głową z prawej do lewej i odwrotnie. Bo nawet jeśli w coś podobnego uwikłają się nasi bliscy, to niewiele więcej możemy zrobić.

MOI przyjaciele, a mowa o młodym małżeństwie, nie pochodzą z Warszawy. Przyjechali tutaj na studia i potem zdecydowali się zostać. Dlaczego? Z oczywistych, ekonomicznych względów – w miastach, z których pochodzą, nie mają szans na znalezienie pracy odpowiadającej ich kwalifikacjom, a przecież nie po to inwestowali w siebie, żeby teraz żyć z zasiłku. Poza tym nie mają akurat kilku drobnych milionów, za które mogliby kupić mieszkanie, więc póki co wynajmują. I nawet specjalnie nie narzekają, bo wprawdzie wynajęcie 100 złotych nie kosztuje, ale za to mają prace, które lubią, a kiedyś, kto wie, może będzie ich stać na własne M ileś.

I PEWNIE żyliby w ten sposób długo i szczęśliwie, gdyby nie ONA, czyli życzliwa sąsiadka. Podczas wizyt u przyjaciół miałam okazję ją poznać. Za każdym razem, kiedy przychodziłam, zanim moja ręka zbliżyła się do dzwonka, uchylały się drzwi, pojawiała się w nich głowa sąsiadki i następowało szybkie przesłuchanie: co tak trzaska drzwiami?, kim jest?, dlaczego tak głośno chodzi?, co tu robi?, po co przyszła?, itd., itp., itd. Pytania kończyły się dopiero wtedy, gdy przyjaciele otwierali drzwi i wpuszczali mnie do mieszkania. A potem cały proceder pomocy sąsiedzkiej powtarzał się przy wyjściu: co tu się dzieje?, co to za hałasy?, o której to się wychodzi?, to nie wie, o której iść do domu?, a może nie ma domu?, to tu teraz będzie mieszkać?, tu nie może mieszkać!... Przyjaciele znosili to wszystko z pokorą, bo przecież wiadomo – starość bywa okrutna... Tylko wciąż im zasychało w gardłach od przepraszania gości za oryginalne zachowanie sąsiadki. W końcu wszyscy się przyzwyczailiśmy i każda z wizyt zaczynała się od standardowego pytania, co tym razem zrobiła pani Cerberowa, czy znowu zostawiła kartkę na wycieraczce, że doniesie na policję, bo pies przyjaciół szczeka po nocach (oni nie mają psa), czy raczej zrobiła kolejną awanturę mężowi przyjaciółki, bo ten wracał po godzinach z pracy, a przecież wiadomo, że z pracy nie wraca się po północy i gdzie on się łajdaczył, poza tym, że na pewno jest pijany. I tak Cerberowa przechodziła do legendy towarzyskich spotkań, a śmiechom i żartom nie było końca. Do czasu.



PEWNEGO piątkowego wieczoru wspomniani przyjaciele zaprosili nas na małe przyjęcie z okazji rocznicy ślubu. Poza mną i moim mężem były jeszcze dwa małżeństwa. Kolacja była pyszna, wypiliśmy po kilka drinków, o tańcach nie było mowy, żeby muzyka nie była za głośno, co mogłoby zdenerwować sąsiadkę, ale i tak bawiliśmy się świetnie. Wyszliśmy po pierwszej. Życzliwa sąsiadka tylko na to czekała – wyskoczyła rączo na klatkę schodową i zaczęła nam wymyślać: że dosyć ma tych libacji, że sami łajdacy i moczymordy tu przychodzą, że zaraz zadzwoni po policję, a takie fryzury, to tylko lafiryndy noszą. Po tym ostatnim stwierdzeniu rzuciła się na jedną z uczestniczek „libacji", która miała frywolnie upięty kok i próbowała zmienić jej uczesanie na bardziej przyzwoite. Wtedy do akcji wkroczył małżonek napastowanej, który, w obronie swej wybranki, zdecydowanym ruchem odepchnął szarżującą sąsiadkę. Poskutkowało – natychmiast wróciła do domu i zamknęła drzwi. Staliśmy kilka chwil jak wryci. Zaczęliśmy się wszyscy nawzajem uspokajać, pożegnaliśmy się i poszliśmy.

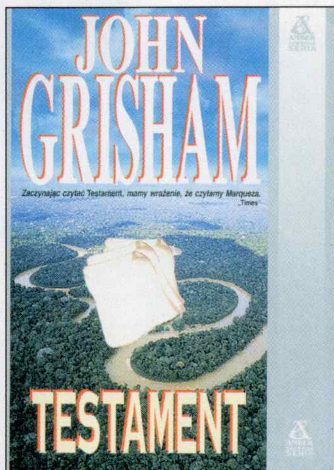
TO BYŁO w piątek. W poniedziałek wieczorem zadzwoniła do mnie organizatorka „libacji" i wyszlochała w słuchawkę, że właśnie była u nich policja. Okazało się, że Cerberowa doniosła o „dzikich lokatorach" urządzających burdy pijackie i napadających nocą na bezbronne staruszki. Policjanci wprawdzie nie stwierdzili burdy pijackiej, ani nie uznali mieszkania naszych przyjaciół za melinę, ale za to ich wylegitymowali i stwierdzili, że bezprawnie tam przebywają, bo nie są zameldowani. A według któregoś tam paragrafu Kodeksu Karnego, kto nie jest zameldowany podlega karze grzywny, lub pozbawienia wolności, lub kolegium. Stróże prawa wykazali jednak dobrą wolę i dali naszym przyjaciołom czas do piątku na załatwienie zameldowania, które, zdaniem panów mundurowych, dostaje się od ręki. Ale, co robić, jeśli właściciel mieszkania wyjechał i będzie dopiero za miesiąc?

W CIĄGU wtorku, środy i czwartku nasi przyjaciele uzyskali wiele ciekawych informacji. W spółdzielni mieszkaniowej, dowiedzieli się, że wszystkie formalności zostały załatwione – bo przecież jest umowa najmu, podatki są płacone, więc o co chodzi? Prawnik powiedział im, że przepisy dotyczące zameldowania, ewidencji ludności, prawa właścicieli mieszkań i spółdzielni pozostają w sprzeczności i póki co nic nie można na to poradzić. Natomiast w Komisji Mieszkaniowej ich dzielnicy, dowiedzieli się, że po pierwsze w ogóle nie ma obowiązku meldowania się, a po drugie samo pojęcie „mieszkać" jest trudno definiowalne, bo czy jeśli ktoś gdzieś śpi, to czy to znaczy, że tam mieszka? Kiedy policjant tego wysłuchał, jeszcze raz zacytował odpowiedni paragraf i polecił jak najszybciej dopełnić meldunkowych formalności.

JAK TO się skończy – nie wiadomo. Najprawdopodobniej właściciel po powrocie wyrzuci sprawców zamieszania, a ci, jako groźni przestępcy, znowu będą łamać prawo wynajmując kolejne mieszkania. I gdzie tu sprawiedliwość? Coś takiego nie istnieje. Ale jeśli „chcesz mieś coś czystego, dużego i prawdziwego, to kup sobie słonia, wsadź do wanny i umyj. Będziesz miał coś czystego, dużego i prawdziwego".

Małgorzata Węgrzecka
rys. M. Bruchnalski

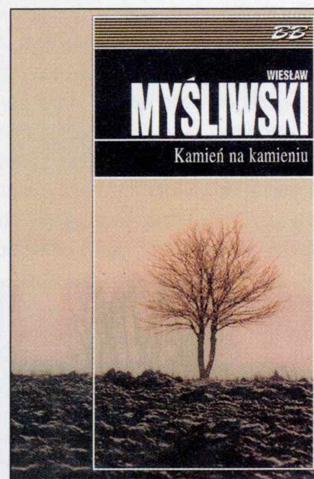
J. Grisham
TESTAMENT
Amber



TWÓRCZOŚĆ pisarska Johna Grishama to pasmo nieustających sukcesów. To wręcz niewiarygodne, że sensacyjno-obyczajowe powieści jego autorstwa – określane często mianem thrillerów prawniczych – zyskują tak duże grono odbiorców, a także uznanie krytyków. *Czas zabijania*, *Raport pelikana*, *Firma*, *Klient* czy *Ława przysięgłych* to tylko niektóre bestsellery Grishama, które doczekały się ekranizacji.

TESTAMENT to najnowsza powieść pisarza, która niczym nie ustępuje poprzednim. I tym razem autor zdecydowanie kreśli trzymającą w napięciu akcję dając wyraz swym narracyjnym zdolnościom. Troy Phelan, ekscentryczny miliarder rozstając się z życiem pragnie raz jeszcze zdziwić świat i... swoją rodzinę. W myśl jego ostatniej woli niebotyczna fortuna ma trafić w ręce nikomu nieznanej, nieślubnej córki. Byłe żony miliardera i jego liczne potomstwo, wynajmując armię prawników stają do bezwzględnej walki o jedenaście miliardów dolarów. Tymczasem nieświadoma fortuny Rachel Lane nadal wiedzie spokojne życie misjonarki w odległym zakątku Brazylii. Zaangażowany w poszukiwanie spadkobierczyni Nate wyrusza w podróż, która staje się początkiem jego duchowej przemiany. Gdzieś na końcu świata prawnik pozna smak prawdziwego życia i spróbuje zrozumieć jego sens.

W. Myśliwski
KAMIEŃ
NA KAMIENIU
Muza



WIESŁAW Myśliwski należy do grona wybitnych, współczesnych pisarzy polskich. Na jego twórczość składają się m.in. powieści *Nagi sad* i *Pałac* oraz dramaty: *Złodziej*, *Klucznik*, *Drzewo*. Autor za swoją ostatnią powieść *Widnokrąg* został uhonorowany prestiżową nagrodą Nike '97.

W POWIEŚCI *Kamień na kamieniu* Myśliwski przenosi Czytelników do polskiej wsi. Pisarz kreśli obraz świata, który przez wieki hermetycznie zamknięty dopiero niedawno poddał się przemianom i uległ zagładzie. Niegdyś ów polski, chłopski świat rządził się prostymi prawami i było w nim miejsce dla Boga. Tę niepowtarzalną rzeczywistość poznajemy poprzez historię życia Szymona Pietruszki i jego rodziny. Życia złożonego z codziennych smutków i radości, powoli przemijającego wśród pól, borów i łąk. Dziś, historia tej prostej chłopskiej rodziny wydaje się być tak odległa, że niemal egzotyczna. Przemijanie? Tak, trudno nie pomyśleć po lekturze tej książki o przemijaniu. Ale powieść *Kamień na kamieniu* to coś więcej. To próba zatrzymania w pamięci ludzkiej okruchów przeszłości, próba ocalenia chociażby fragmentów tego surowego, ale zarazem pięknego świata, który już nigdy nie wróci.

Agnieszka Guzek

Kanon na koniec wieku

TO NAZWA serii 25 najważniejszych książek XX w., wydawanej przez Porozumienie Wydawców. W jego skład wchodzi osiem renomowanych, polskich wydawnictw: Dom Wydawniczy BELLONA, Państwowy Instytut Wydawniczy, Dom Wydawniczy REBIS, Społeczny Instytut Wydawniczy ZNAK, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wydawnictwo Literackie, Wydawnictwo MUZA SA oraz Wydawnictwo Naukowe PWN.

POMYSŁ serii zrodził się w drugiej połowie 1998 r., podczas rozmów wydawców z redakcją „Rzeczpospolitej". Postanowiono najpierw przeprowadzić rodzaj sondy wśród wybitnych osobistości polskiego życia kulturalnego na temat najważniejszych, ich zdaniem, książek XX w. Wśród osób, które odpowiedziały byli m.in. Jerzy Giedroyć, Stanisław Lem, Magdalena Abakanowicz i Tadeusz Różewicz. Powstała bardzo ciekawa i ambitna lista tytułów, która stała się podstawą, ogłoszonego w maju, otwartego plebiscytu wśród Czytelników „Rzeczpospolitej". Do redakcji nadeszło blisko 4 500 listów z własnymi propozycjami Czytelników. Zaproponowano łącznie 669 tytułów książek kończącego się stulecia.

PLEBISCYT ten miał być w swym założeniu nie tylko kolejną klasyfikacją dokonań literackich i próbą oceny ich popularności, ale miał zaowocować w postaci wydanych książek. Stąd powstaje prestiżowa seria luksusowo wydanych książek, seria nad którą patronat medialny objęli obok „Rzeczpospolitej", II Program Telewizji Polskiej i III Program Polskiego Radia. Znajdą się w niej tytuły, na które Czytelnicy oddali najwięcej głosów. Szatę graficzną serii zaprojektował znany polski grafik, Maciej Sadowski.

KSIĄŻKI początkowo miały być dostępne jedynie w kompletach, w bezpośredniej sprzedaży wysyłkowej. Jednak zainteresowanie edycją spowodowało, że są już one dostępne w najlepszych księgarniach kraju.

SERIA, którą klienci mogą kompletować przez rok, będzie z pewnością ozdobą każdego prywatnego księgozbioru, a wybrane do niej tytuły to te, które w każdej bibliotece znaleźć się powinny.

Książki, które ukażą się w serii KANON NA KONIEC WIEKU

1. Michaił Bułhakow – Mistrz i Małgorzata (wrzesień '99)
2. Albert Camus – Dżuma
3. Julio Cortázar – Gra w klasy
4. Umberto Eco – Imię róży
5. Witold Gombrowicz – Ferdydurke
6. Günter Grass – Blaszany bębenek
7. Jaroslav Hasek – Przygody dobrego wojaka Szwejka
8. Joseph Heller – Paragraf 22
9. Ernest Hemingway – Komu bije dzwon
10. Zbigniew Herbert – Poezje wybrane
11. Gustaw Herling-Grudziński – Inny świat
12. James Joyce – Ulisses
13. Franz Kafka – Proces
14. Tomasz Mann – Czarodziejska góra
15. Gabriel García Márquez – Sto lat samotności
16. A.A.Milne – Kubuś Puchatek * Chatka Puchatka
17. George Orwell – Folwark zwierzęcy
18. George Orwell – Rok 1984 (wrzesień '99)
19. Boris Pasternak – Doktor Żywago
20. Marcel Proust – W poszukiwaniu straconego czasu
21. Antoine de Saint-Exupéry – Mały Książę
22. Bruno Schulz – Sklepy cynamonowe * Sanatorium Pod Klepsydrą
23. Aleksandr Sołżenicyn – Archipelag Gułag
24. Michaił Szołochow – Cichy Don
25. J.R.R.Tolkien – Władca Pierścieni

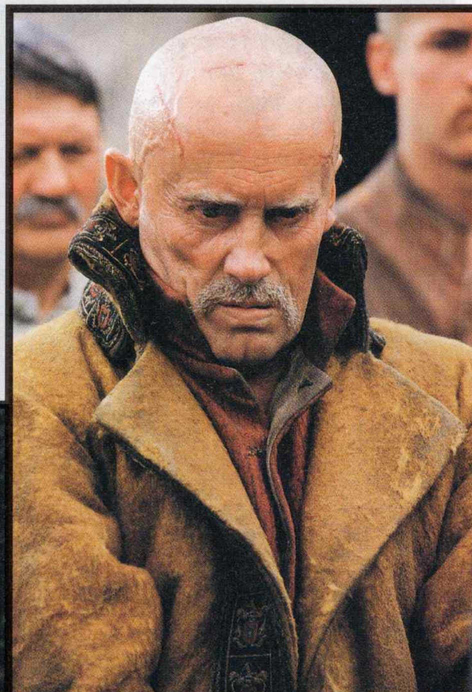
Biuro Informacyjne Kanonu – tel.: (0-22) 828-36-25, 828-36-26

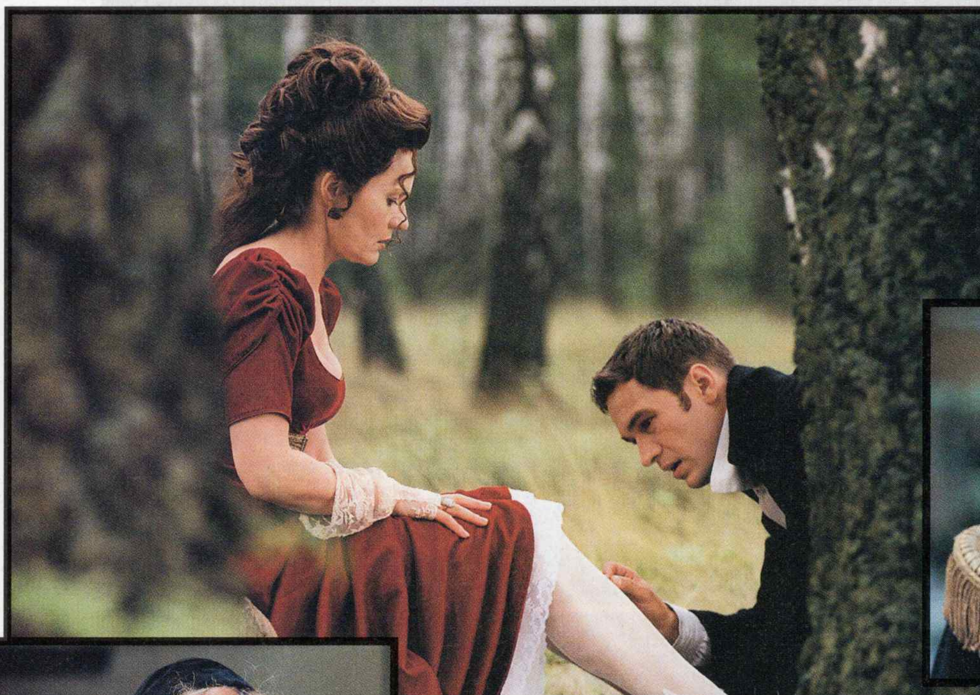
PAN TADEUSZ

reż. Andrzej Wajda

CZEKALIŚMY na ten film niecierpliwie, z niepewnością i ciekawością. Zaiste, niecodziennie przenosi się na ekran największe dzieła literatury, szczególnie w Polsce. Nie zawsze też na jednym planie spotyka się tak znakomita plejada aktorów, a za kamerą staje jeden z najsłynniejszych reżyserów światowego kina.

BYŁO to dla Andrzeja Wajdy od początku zadanie bardzo trudne. Sięganie po *Pana Tadeusza* to jak zdobywanie Mount Everestu najtrudniejszym szlakiem i bez asekuracji. Dodajmy do tego nienajlepsze notowania ostatnich filmów Mistrza. Wreszcie – sukces *Ogniem i mieczem*, który sprawił, że premierę *Pana Tadeusza* przesunięto o pół roku. Wajda jednak odnosi zwycięstwo. Po raz drugi – po ekranizacji *Wesela* Stanisława Wyspiańskiego – reżyser udowadnia, że „niefilmowa" literatura na ekranie wypada znakomicie. Może więc właśnie ten film stworzy całkiem nowy gatunek – „kino wierszoakcji".









TRZYNASTY WOJOWNIK

reż. John McTiernan

JEŚLI DO kręcenia filmu przystępuje John McTiernan (*Szklana pułapka*, *Polowanie na Czerwony Październik*) to możemy być pewni dobrego, trzymającego w napięciu kina akcji. Tak też jest w przypadku *Trzynastego wojownika*. Akcja filmu rozgrywa się w średniowieczu i bohaterem nie jest, ani superglina, ani agent specjalny, ale arabski dyplomata (w tej roli sam Antonio Banderas), którego losy splotły się dziwnym trafem z losami skandynawskich wojowników. Historia tegoż wojownika z przypadku, który pomaga Wikingom pokonać Zło, trzyma w napięciu do ostatniej minuty. Trzynasty wojownik to dobre, rzetelne kino rozrywkowe z niezbyt natrętnym przesłaniem. Film ten na pewno zdobędzie uznanie widzów, a zwłaszcza miłośników kina akcji.

AFERA THOMASA CROWNA

reż. John McTiernan

TO NIEMAL festiwal – w tym samym czasie kolejny film tego samego reżysera. Tym razem jest to remake znanego w latach 70. filmu *Thomas Crown*. Poprzednio główne role grali Steve McQueen i Faye Dunaway. W nowej wersji reżyser zaangażował do tych ról Pierce'a Brosnana i Rene Russo. Swoim zwyczajem ograniczył warstwę psychologiczną i rozbudował akcję.

HISTORIA prowadzącego dość niekonwencjonalne życie milionera (Brosnan) i podejrzewającej go o kradzież cennego obrazu pani detektyw (Russo) wciąga od pierwszego ujęcia. I nie przeszkadzają nawet bardzo bliskie skojarzenia z prezentowanym niedawno na naszych ekranach filmem *Osaczeni*.

INSTYNKT

reż. Jon Turteltaub

PRZYPOMINAJĄCY Karola Marksa, Ethan Powell (Anthony Hopkins) jest wybitnym antropologiem. Pasjonuje się badaniami życia goryli. W obronie tych zwierząt posuwa się nawet do zabójstwa i zostaje osadzony w więzieniu. Przypadkiem Powella interesuje się młody, obiecujący i piekielnie ambitny psychiatra – Theo Caulder (Cuba Gooding Jr). Zdaje sobie sprawę, że ten szczególny przypadek może stać się dla niego trampoliną do wielkiej kariery. Rozpoczyna więc długi ciąg spotkań i rozmów ze swoim nowym pacjentem. Stopniowo jednak pacjent przejmuje rolę nauczyciela, psychiatra zaś wchodzi w rolę ucznia.

W TEJ HISTORII, opowiadającej o zderzeniu dwóch mocnych charakterów i silnych osobowości, o odkrywaniu samego siebie, mogli wystąpić wyłącznie najlepsi aktorzy. Obaj panowie są zdobywcami Oskarów i obaj mają w swoim dorobku wybitne kreacje aktorskie.

Andrzej Ignatowski, CKM

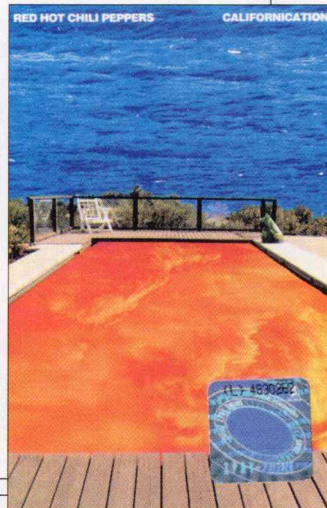
foto: Vision



KENNY G
Classics In The Key Of G

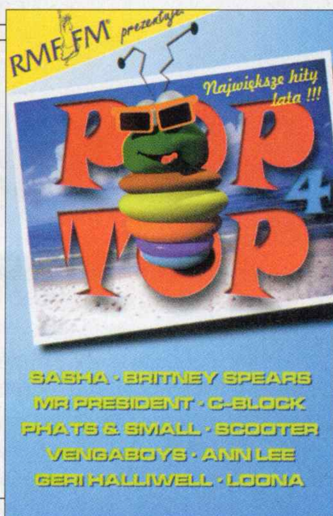
AMERYKAŃSKI saksofonista jest jednym z niewielu artystów, którego instrumentalne płyty konkurują na listach przebojów z albumami pełnymi piosenek. Dzieje się tak przede wszystkim dlatego, że poza umiejętnością gry na saksofonie, Kenny G posiada inny niezwykły dar – jest nim zdolność pisania ładnych, wpadających w ucho melodii. W tym miejscu można oczywiście polemizować, czy jego utwory ocierają się bardziej o sztukę, czy o przeciętność, ale po co, skoro faktem jest, że podobają się publiczności. Najnowszy album zapewne też się spodoba, choć może nieco mniejszej grupie słuchaczy. Tym razem bowiem artysta sięgnął po znane tematy jazzowych klasyków: Gershwina, Jobima, Monka i Ellingtona.

RED HOT CHILI PEPPERS
Californication



TEGO ZESPOŁU i tej płyty właściwie zachwalać nie trzeba. Muzycy mają w Polsce liczną grupę fanów, co potwierdza sprzedaż najnowszej płyty. *Californication* już uzyskała status złotej płyty.

RED HOT to zespól nietuzinkowy. Z przyklejoną wprawdzie etykietą „rock", ale tak naprawdę wymykający się wszelkim schematom. Łączy bowiem w nową muzyczną jakość przeróżne style. Ten album jest niewątpliwie najlepszy w dotychczasowym dorobku zespołu.

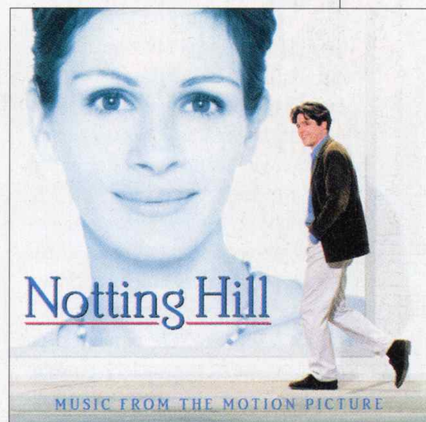


RÓŻNI WYKONAWCY
Pop Top 4

KOLEJNA składanka, idealna na taneczne imprezy dla młodszych, starszych i zaawansowanych. Składa się na nią kilkanaście utworów – prawdziwych hitów z list przebojów i dyskotek, gdzie gościły w ciągu minionych miesięcy. Na krążku znalazły się m.in. najnowsze przeboje takich wykonawców, jak: Loona, Mr President, Ann Lee, Scooter, Sasha, Shanks and Bigfoot. Płyta dla tych, którzy planują imprezę nie mając pomysłu na odpowiedni program muzyczny.

recenzje: Andrzej Ignatowski, CKM

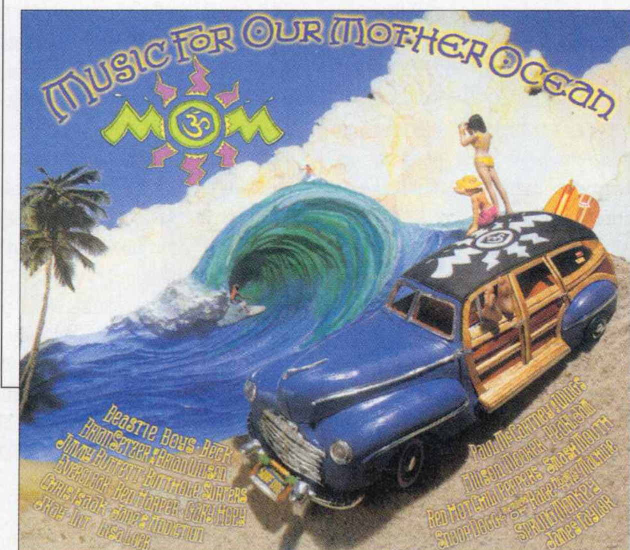
SOUNDTRACK
Notting Hill



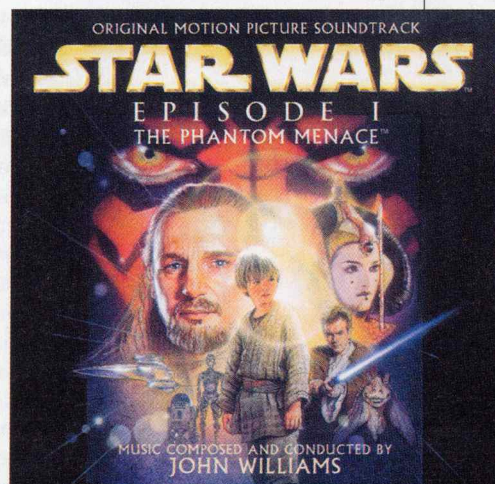
FILM z Hugh Grantem i Julią Roberts, został zrealizowany przez niemal ten sam zespół, który pracował na sukces obrazu *Cztery wesela i pogrzeb* – jednego z największych, kasowych hitów minionego roku. Soundtrack z filmu *Notting Hill* niewątpliwie hitem na taką samą skalę nie będzie, ale warto go posłuchać. Składa się nań kilka sympatycznych, niezobowiązujących przebojów, których równie dobrze słucha się podczas towarzyskiego spotkania, jak i romantycznej randki. Wśród wykonawców m.in. Sonia Twain, Elvis Costello, Bill Withers, Texas, Ronan Keating, Lighthouse Family i Another Level, wykonujący główną piosenkę z tego obrazu, zatytułowaną *From The Heart*.

RÓŻNI WYKONAWCY
Music For Our Mother Ocean 3

JESZCZE RAZ Red Hot Chili Peppers, a wraz z nimi wielu innych, uznanych wykonawców. Brian Wilson, Beck, Lisa Loeb, Pearl Jam, Paul McCartney, Beastie Boys i Chris Isaak. Ich, często dotąd niepublikowane, nagrania, można znaleźć na składance *MOM 3*, która powstała z inicjatywy fundacji ekologicznych, broniących oceanicznych zasobów naturalnych. Oprócz fantastycznej muzyki, album wysyła przesłanie: „chrońmy miejsca, z których sami kiedyś wyszliśmy". Warto o tym pamiętać.



JOHN WILLIAMS
Star Wars. Episode I – The Phantom Menace



JEŚLI FILM *Notting Hill* jest jednym z większych, kinowych przebojów minionego roku, to *Star Wars. Episode I* jest największym. Muzykę do filmu napisał John Williams. Tych, którzy znają ścieżki dźwiękowe stworzone z myślą o wcześniejszych częściach *Gwiezdnych wojen*, niczym nie zaskoczą obecne kompozycje. Williams podąża tą samą muzyczną drogą, którą kroczy od lat, czasem wplątując nawet w nowe dzieło fragmenty znane z wcześniejszych części. Album przeznaczony jest raczej dla miłośników sagi George'a Lucasa i muzycznego talentu Williamsa.

Ziemia Święta

Izrael jest bez wątpienia jednym z najciekawszych zakątków świata. Przebogata historia, mieszanka kultur i ras, rozmaitość krajobrazów i ciepły klimat, to niezaprzeczalne atuty tego małego kraju. Ogrom atrakcji sprawia, iż wybór trasy wędrówki czy miejsca pobytu nie należy do łatwych.

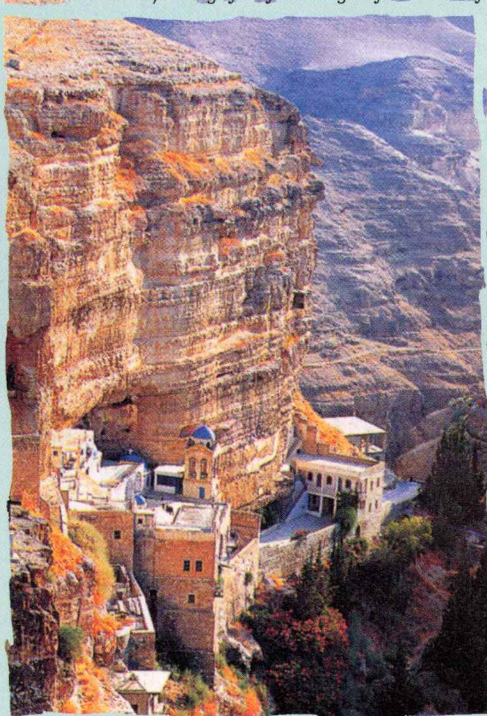
NASZĄ wędrówkę po Izraelu zacznijmy od Jerozolimy – Świętego Miasta. Jej historia, datująca się od starożytności, czyni z niej prawdziwe muzeum pod gołym niebem. Już ok. 3000 lat temu król Dawid ustanowił tutaj swoją stolicę, a niedługo potem jego syn, Salomon wybudował na wzgórzu Moria pierwszą świątynię. Nic zatem dziwnego, że czterystuletnie budowle uchodzą w Jerozolimie za młode.

DO NAJSTARSZYCH pamiątek po burzliwej przeszłości należy pozostałość po zburzeniu świątyni przez Rzymian – Ściana Płaczu (część zachodniej ściany wspierającej skarpę świątyni Heroda). Niegdyś Żydzi mogli tylko raz w roku zbliżać się do tego miejsca i opłakiwać to tragiczne wydarzenie. Stąd jego nazwa. Dzisiaj plac przed ścianą wypełnia tłum pielgrzymów z całego świata. Żeby się tam dostać, trzeba przejść przez skrupulatną kontrolę, niczym na lotnisku. Środki ostrożności przypominają, że burzliwa jest nie tylko historia Jerozolimy, ale i jej współczesność.

NIEOPODAL znajduje się Szlachetne Sanktuarium (Haram es Sharif), trzecie co do ważności święte miejsce islamu. To stąd Mahomet miał wyruszyć w podróż do Nieba. Wokół świętej skały w VII w. n.e., według projektu chrześcijańskich architektów z Bizancjum, zbudowano okazały meczet. Tę piękną budowlę wieńczy złota kopuła, która wyraźnie odznacza się w krajobrazie miasta.



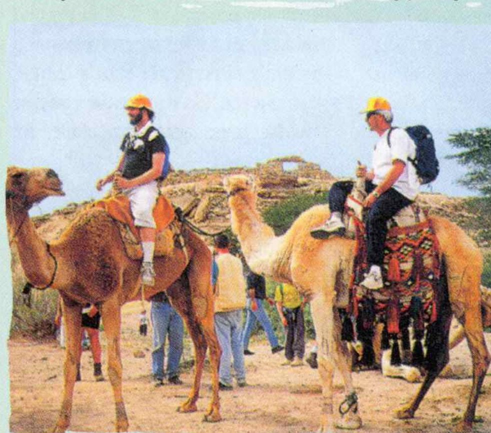
W OBRĘBIE jerozolimskiego Starego Miasta znajduje się też najważniejsze sanktuarium chrześcijańskie – grób Jezusa Chrystusa. W IV w. n.e. matka cesarza Konstantyna Wielkiego nadzorowała poszukiwania miejsc związanych z Jezusem. Wykopaliska zakończyły się sukcesem. Odnaleziono grób oraz krzyże, na których skonali Jezus i dwóch złoczyńców. W pobliżu znalezisk Konstantyn zbudował kościół, dwukrotnie niszczony w następnych wiekach. Wygląd kościoła nie zachwycił krzyżowców, którzy po wkroczeniu do miasta w 1099 r., postanowili go gruntownie przebudować. Po pięćdziesięciu latach budowy nową bazylikę udostępniono wiernym. Niestety, również ta budowla nie doczekała naszych czasów. Spłonęła na początku XIX w., a pogrążona w wojnach napoleońskich Europa nie była w stanie pomóc w rekonstrukcji. Dlatego nadzór nad nią przejęli wyznawcy Kościoła Wschodniego i to oni nadali jej nowy kształt. W minionych wiekach sprawa dostępu do grobu Chrystusa wywoływała w chrześcijańskim świecie ogromne emocje. Na przestrzeni dwustu lat europejscy władcy kilkakrotnie organizowali wyprawy w jego obronie. Czasy wypraw krzyżowych bezpowrotnie minęły, ale wizyta w miejscu pochówku Chrystusa nadal jest wielkim przeżyciem dla Jego wyznawców. Żeby się o tym przekonać, wystarczy wraz z tłumem przekroczyć próg bazyliki. Dostęp do sanktuarium mają dziś wszyscy, a zarząd nad nim sprawują wspólnoty: rzymskokatolicka, prawosławna, ormiańska, syryjska i koptyjska. Każda wspólnota ma swoje terytorium, a granice między nimi dzielą wnętrze kościoła.



W BAZYLICE św. Grobu kończy się Via Dolorosa, czyli Droga Krzyżowa. Lokalizacja jej poszczególnych stacji nie jest historycznie potwierdzona, co nie ma jednak dla wiernych większego znaczenia. Przemarsz Via Dolorosa na trwałe wpisał się w tradycję chrześcijańskiej Jerozolimy. Co ciekawe, stacje III i IV zostały ufundowane przez polskich żołnierzy i uchodźców.

Miejsce świeckie

JEROZOLIMA to jednak nie tylko miasto świętych pamiątek. To również tętniące życiem dzielnice żydowskie i arabskie. Arabskie Stare Miasto to niemal jedno wielkie targowisko. Powietrze przenika zapach orientalnych przypraw. Wyraźnie dominuje kardamon, nieodłączny składnik kawy tureckiej. Na straganach piętrzą się lokalne owoce i warzywa, kafejki oferują arabskie słodycze i przekąski. W sklepikach znajdziemy hafty palestyńskie – najpiękniejsze pochodzą z Hebronu, Jafy i z Ramallah. W starych dzielnicach żydowskich warto za to poszukać tzw. złotych filigranów. Filigran to prawdziwa złota koronka, którą afrykańscy i jemeńscy Żydzi ozdabiają naszyjniki, bransoletki i czepki. Przy odrobinie szczęścia natrafimy na wyroby żydowskich jubilerów z Buchary. Ci ozdabiają swoje misterne wyroby szmaragdami i perłami.



W MIEŚCIE istnieje szereg etnicznych enklaw. W połowie ubiegłego wieku swoją kolonię wznieśli tu Rosjanie. Nieco później w ich ślady poszli Niemcy. Bardzo ciekawym miejscem jest Mea Shearim, czyli „sto

I PRZEKORNA

bram”. Dzielnicę założyli w 1874 r. ortodoksyjni Żydzi z Polski i Litwy, aby odizolować się od wpływów współczesnego świata. Rzeczywiście, miejsce sprawia wrażenie jakby czas się w nim zatrzymał. Na ulicach widać Chasydów w tradycyjnych prążkowanych płaszczach, a mieszkańcy zdają się nigdzie nie spieszyć. Możliwe, że tak wyglądały miasteczka na rubieżach dawnej Rzeczypospolitej.

JEROZOLIMA ma również swoje nowoczesne oblicze. Tworzą je zatopione w zieleni dzielnice rezydencyjne i dzielnica administracyjna. Ciekawą architekturą wyróżnia się budynek parlamentu. Jego kształt przypomina nieco ateński Partenon. Z parlamentem sąsiaduje Ogród Róż, w którym zasadzono około czterystu gatunków tych kwiatów. W tej samej dzielnicy miłośnicy współczesnej architektury natrafią na futurystyczne arcydzieło – kompleks muzeów – Muzeum Krajów Biblijnych, Muzeum Nauki i Muzeum Izraela. Skoro już o arcydziełach mowa – synagogę szpitala Hadassa zdobią witraże, zaprojektowane przez Marca Chagalla. Sceny przedstawiają podział świata między dwunastu synów Jakuba, a kolorystyka odpowiada barwom szlachetnych kamieni, które zdobiły napierśnik arcykapłana. Chagall zastosował tutaj wymyśloną przez siebie technikę. Nie oddzielał, jak to zwykli robić witrażyści, płytek w jednym kolorze, lecz uzyskiwał trzy różne kolory na jednej płytce. Rezultatem są niezwykle dynamiczne obrazy, których piękna nie oddadzą nawet barwne fotografie.

Miejsce ukojenia

NA WSCHÓD od Jerozolimy, w naturalnej fosie tektonicznej, leży Morze Martwe. Wynurzające się z wody fantastyczne twory solne, rażąca jaskrawość wód, brak jakichkolwiek oznak życia to krajobraz tego potępionego przez Boga miejsca. „I tak zniszczył te miasta oraz całą okolicę wraz ze wszystkimi mieszkańcami miast, a także roślinność” (Rdz 19, 25-26). Po Sodomie nie pozostał żaden ślad, ale życie nad brzegami morza bynajmniej nie zniknęło. Lecznicze właściwości wody i osadów mułowych przyciągały tutaj kuracjuszy już od czasów rzymskich. W licznych ośrodkach, ciągnących się od Ein Gedi do Ein Boqeq, leczy się nerwice, choroby skóry, schorzenia reumatyczne i mięśniowe. Z kolei suchy klimat i duża zawartość tlenu w atmosferze sprzyjają leczeniu schorzeń dróg oddechowych. Woda w Morzu Martwym jest gęsta niczym oliwa, dzięki czemu łatwo utrzymać się na jej powierzchni. Historyk z czasów rzymskich – Józef Flawiusz – opisał zdarzenie, kiedy to cesarz Wespazjan kazał strącić w głębiny ludzi, którzy nie umieli pływać i którym skrępowano z tyłu ręce. Lecz o dziwo wszyscy oni wypłynęli.

Miejsce modne

NA POŁUDNIOWYM krańcu Izraela, nad Morzem Czerwonym leży modny kurort – Eilat. Wygodne hotele i pensjonaty, eleganckie sklepy, otwarte przez całą noc lokale. Aż trudno uwierzyć, że historia tego miasta sięga starożytności. Tędy przechodził Mojżesz, uciekając ze swym ludem z Egiptu, to tutaj król Salomon zlecił budowę swej floty Chiramowi, władcy Fenicji. Eilat do dziś pozostał miastem portowym, lecz to nie port przyciąga turystów z całego świata. Rolę magnesu spełniają czyste plaże, kryształowa woda w zatoce Akaba i bliskość rafy koralowej. Temperatura nawet zimą nie spada w Eilacie poniżej 20°C, a słońce świeci przez okrągły rok.

W POBLIŻU miasta zbudowano niezwykłe obserwatorium. Zatopione pośrodku rafy koralowej, pozwala z bliska oglądać podwodny, kolorowy świat. Można także odbyć podróż łodzią z przeszklonym dnem lub po prostu nurkować. Sprzęt do nurkowania lub zwyczajne maski z rurką są dostępne w licznych wypożyczalniach. Eilat upodobali sobie nie tylko ludzie. Krzyżują się w nim trasy wędrówek ptaków z Afryki do Europy Wschodniej i Azji Środkowej. Przystanek wokół okolicznych stawów urządzają sobie bociany, czaple, czajki, pliszki, różowe flemingi i inne. Także ptaki drapieżne przybywają tu na swoje zloty. Specjalnie wytyczone ścieżki pozwalają na spokojną obserwację skrzydlatych wędrowców.

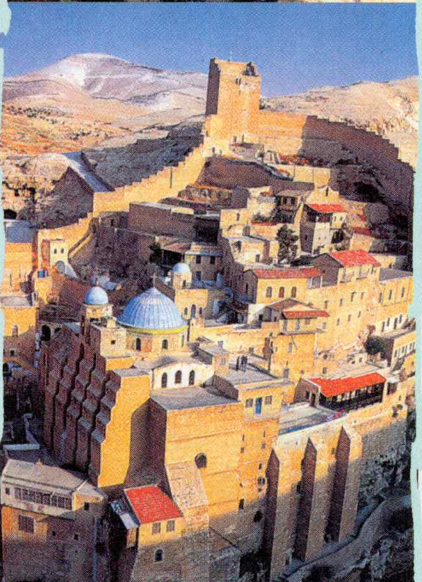
WARTO wybrać się z Eilatu do rezerwatu przyrody Timna, gdzie 3500 lat temu Egipcjanie utworzyli kopalnię miedzi. Najprawdopodobniej właśnie tutaj znajdowały się słynne kopalnie Salomona, w których pracowały tysiące niewolników. Do dziś zachowały się pozostałości pieców i urządzeń górniczych, ruiny świątyni bogini Hathor oraz wydrążone w zboczach gór sztolnie. Wokół kopalni znajdziemy formacje skalne w kształcie grzybów lub kolumn.

NAZWA państwa Izrael pojawia się najczęściej w kontekście politycznym, ale Izrael to także atrakcyjne turystycznie zakątki, gdzie wydarzenia polityczne docierają tylko za pośrednictwem prasy i telewizji. Takimi zakątkami są Eilat, Ein Gedi i pewnie wiele innych.

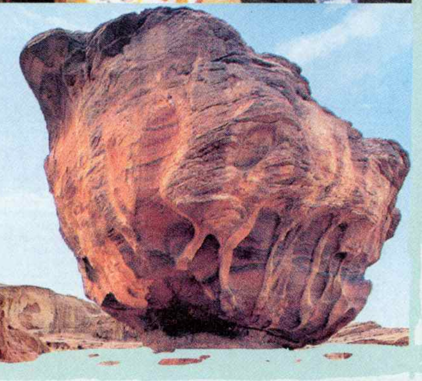
A.S.

foto: katalogi biura podróży Tramp





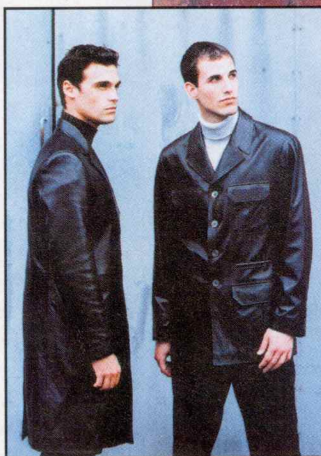


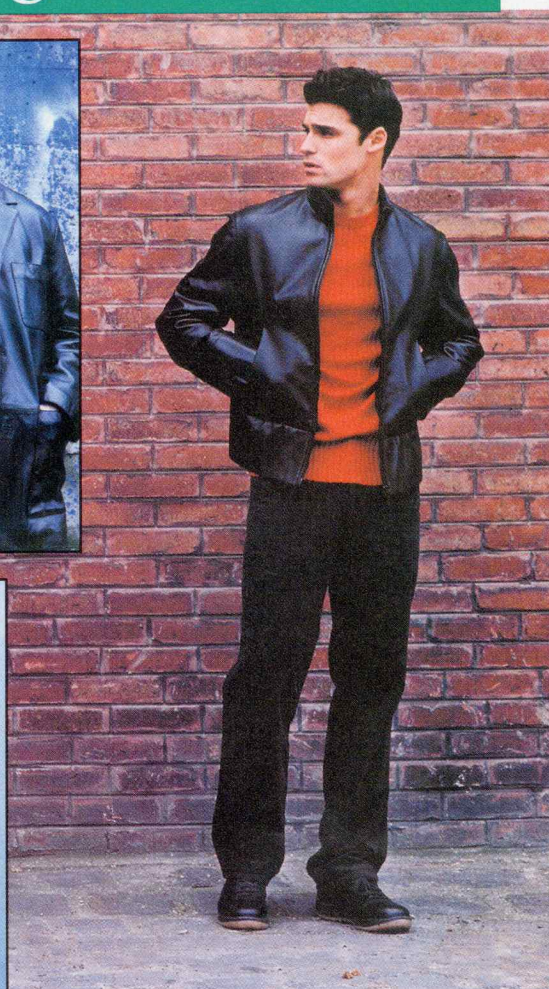


Gatunki WYBITNE

Przełom wieków zwiastuje nadejście nowego. „Nowym” powiało też na jesiennych pokazach mody w Paryżu, Mediolanie i Nowym Jorku, gdzie niespodziewanie znowu pojawiły się skazane niegdyś na banicję futra i skóry.







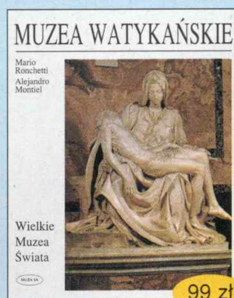
KILKA LAT temu w sporze czy nosić futro naturalne czy sztuczne, publiczność zdecydowanie wybrała te drugie. Projektanci mogli więc puszczać wodze fantazji i proponować na przykład „futra” z różowo-amarantowej zebry, trójkolorowego wilka albo licowej skóry z dziwnymi grawerunkami. Zabiegi te okazały się niewystarczające. Przeciwnie, znudzenie „organicznym abstrakcjonizmem” doprowadziło ostatecznie do odrzucenia imitacji i sztuczności. Toteż, zapowiadany przez fachowców, powrót do naturalnych skór i futer dokonał się szybciej, niż zakładano. Dzisiaj widać to zarówno na wybiegach, jak i na ulicach.

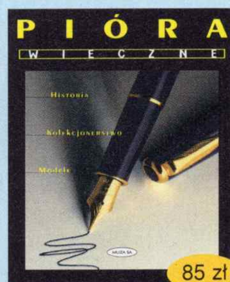
W PARYŻU skóra zastępuje tkaninę. Paryżanie przebierają w futrzanych kamizelkach i krótkich kurtkach przypominających kaftany zdobywców Alaski. Mężczyźni chętniej noszą kurtki niż klasyczne garnitury. Ze skóry szyje się teraz wszystko: marynarki, bluzony, parki, kaftany, płaszcze i kangurki. Bardzo szybko zapomniano o deklaracjach wygłaszanych w obronie życia zwierząt. Nagle zastąpiło je umiłowanie do naturalnych skór. Publiczność znowu zachwyca się jej szlachetnością i zapachem, nie zdając sobie sprawy, że zapach ten jest wynikiem chemicznej obróbki surowca i z naturalną wonią ma niewiele wspólnego. Skóra pięknie się starzeje, potrafi być, jak w przypadku alkantary, miękka, aksamitna w dotyku, zupełnie jak jedwab, a przy tym ciepła i przepuszczalna, a także bardzo droga.

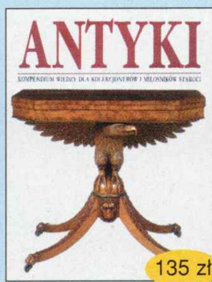
DLA PAŃ zarezerwowano najdelikatniejsze gatunki. Zaproponowano lekkie sukienki, subtelne kurtki, bluzy i tuniki. Gatunki surowe, grube i ciężkie częściej wykorzystuje się w produkcji męskich, krótkich bluz o wojskowo-lotniczym charakterze, myśliwskich kaftanów i kamizelek. Mistrzowie krawiectwa, jako uzupełnienie skórzanych okryć w czarnym, asfaltowym i antracytowym kolorze, proponują swetry, golfy i pulowery wykończone w kształcie litery „V”. W przypadku tych dzianin dominuje szarość, czerń i biel. Rzadko proponuje się brązy, zrudziałe beże i praktycznie zapomina o nasyconych, czystych kolorach. Pal Zileri, Calvin Klein, Salvatore Ferragamo, Kenzo, YSL, Boss przedstawiają kolekcje stylizowane klasycznie, ale także futurystycznie. W obu przypadkach obowiązuje jednak ta sama zasada: ascetycznie uproszczona konstrukcja, prawdziwe faktury, niemal żadnych ekstrawagancji. Męskie modele ozdabiają co najwyżej rogowe guziki i zapięcia z naturalnych surowców. Nie ma tu już miejsca na metalowe zapięcia, które uchodzą za relikt mijającej epoki.

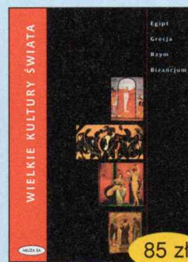
Jan Kosieradzki
rys. autor
zdjęcia: archiwum autora

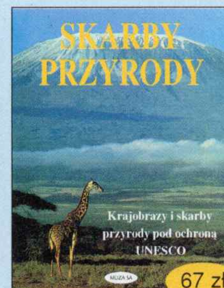






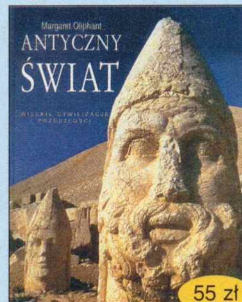


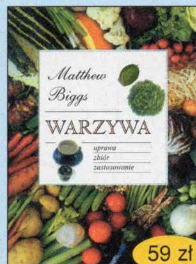


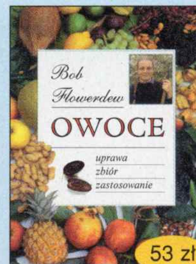


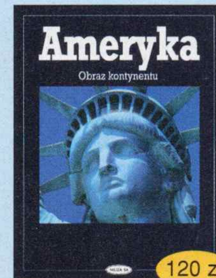




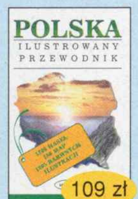


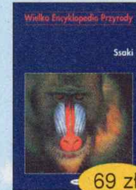






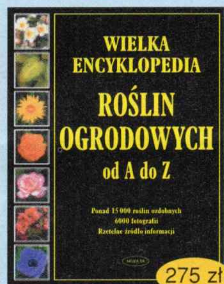


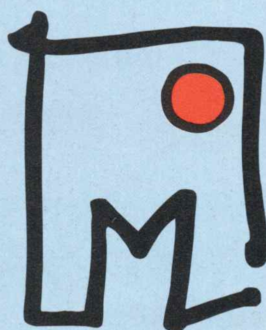




Klub Czytelników MUZA SA

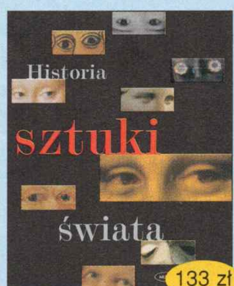
Dział zamówień
00-585 Warszawa, ul Bagatela 10/3
tel. (0-22) 628 63 60, 629 32 01
fax (0-22) 629 23 49
e-mail: klub@muza.com.pl
http://www.muza.com.pl

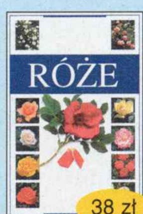


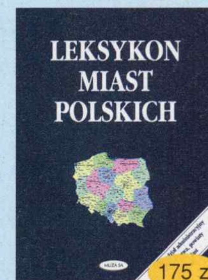




Specjalnie dla Czytelników Profilu Wydawnictwo Muza SA przygotowało specjalną świąteczną ofertę.

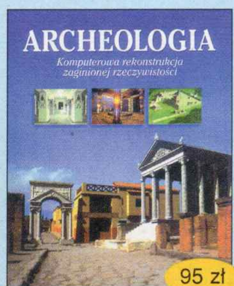


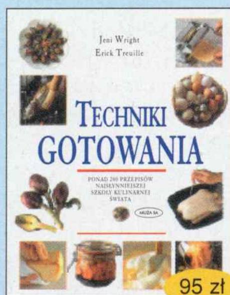


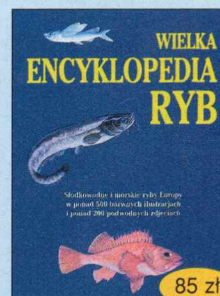




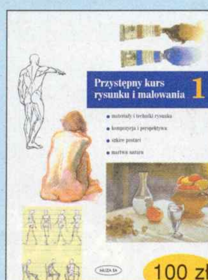
Serdecznie zapraszamy do zakupów.





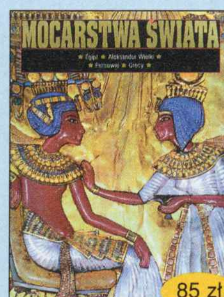


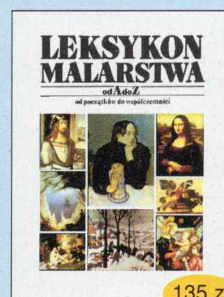
Pomyśl o swoich najbliższych

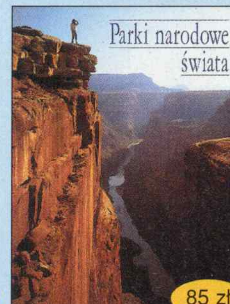












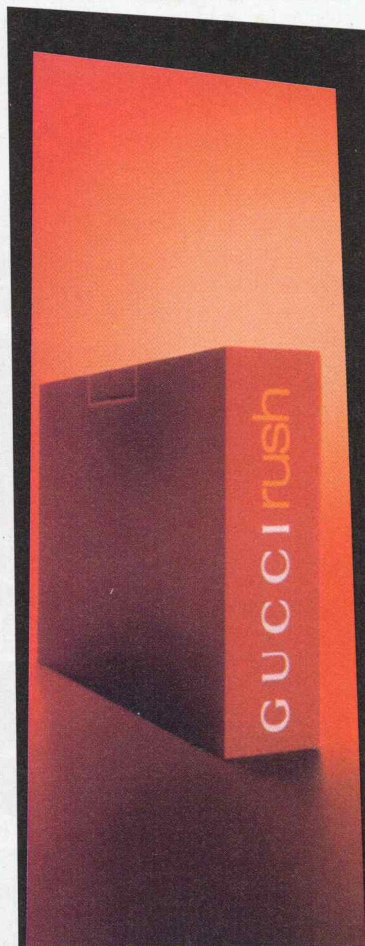
Wszystkie podane ceny zawierają koszty przesyłki pocztowej.

Dama w czerwieni



Koncern Gucci Parfums prezentuje najnowszą kompozycję zapachową dla pań. Produkt jest szalony, ekstrawagancki, nowatorski i nowoczesny. Począwszy od opakowania...

NIESPEŁNA trzy lata temu ogólnoświatowe szaleństwo towarzyszyło premierze nowego zapachu – „Gucci Envy". Dzisiaj to już niemal klasyka perfumiarstwa. Charakterystyczna nuta tego zapachu jest łatwo rozpoznawalna i znalazła grono oddanych wielbicielek. Najwyższa więc pora, aby na rynku pojawiła się kolejna nowość. Jest nią „Gucci Rush". Termin „rush" ma wiele znaczeń. Często używany przez młodzież dla określenia euforii i wielkiego podniecenia. „Rush" to tyle co odlot, jazda, dreszcz, niesamowity bajer i pokusa uzależnienia. „Rush" to uczucie, które pojawia się po wypiciu jednego kieliszka szampana za dużo. Twórcy tej kompozycji zdają się mówić: wyluzuj się, poddaj się pożądaniu. Stań się niesamowita. To nakręca. Ta porywczość szokuje. Wciąż Ci mało. Jest Twoje i tylko Twoje. Chyba, że znajdziesz kogoś, z kim będziesz mogła się tym podzielić.



ZAPACH „Gucci Rush" całkowicie różni się od wszystkich znanych do tej pory. Jest kolorowy, dominuje w nim czerwień, pomarańcz, intensywna feeria barw. Daleko mu do zwyczajności. „Gucci Rush" to spotkanie w dawno zapomnianym miejscu – odurzające, tajemnicze, orientalne, kwieciste. Uzależniająca kombinacja kalifornijskiej gardenii, południowoafrykańskiej frezji i nasion kolendry. Potem pojawiają się: madraski jaśmin i damasceńska róża. Długo jeszcze unosi się woń naturalnego wyciągu z wanilii, jawajskiej paczuli i burbońskiego korzenia kuskusa.

BUTELKA jest funkcjonalna i niebywale piękna. Ma krawędzie ostre, ale delikatne, czyste i połyskliwe. Jest architektoniczna, wręcz rzeźbiona. To, co wydaje się być proste i czyste w swojej formie, w rzeczywistości jest wyrafinowane i wykonane w sposób niezwykle misterny. Kształt bloku nie przypomina butelki. To nietuzinkowy obiekt, którego zastosowanie i przeznaczenie na pierwszy rzut oka nie jest jasne. Pompka i aktywator są zintegrowane, zatem geometryczne proporcje butelki są w pełni zachowane. Otwór na atomizer jest praktycznie niewidoczny. Wszystkie te walory sprawiają, że patrzymy na określony obiekt zamiast na zwykłą butelkę perfum. Niemałą przyjemność sprawia nam odkrycie, skąd wydobywa się ten zapach. Do produkcji flakonu wybrano nowoczesne materiały i szokujące kolory. Butelka z atomizerem wykonana jest z gładkiego, różowego plastiku, wykończona błyszczącym lakierem. Koperta, w której umieszczono flakon na zewnątrz, ma kolor metalicznej czerwieni, od wewnętrznej strony wyłożona została ciemniejszym, czerwonym aksamitem.

„GUCCI RUSH" przypomina zapalniczkę, paczkę nieznanych papierosów, dyktafon, mini kasetę wideofoniczną. Nie daje się określić jednoznacznie. Podobnie jak nazwa ma wiele znaczeń, tak i sam produkt przywodzi na myśl wiele, wzajemnie wykluczających się skojarzeń.

MARKA Gucci jest marką gwiazd. Dlatego nowego zapachu nie spotkamy w tramwaju. Wypełni on raczej wnętrza limuzyn. Producenci twierdzą, że jeszcze przed świętami pojawi się limitowana seria perfum „Gucci Rush", w następnym roku zaś, na światowe rynki wejdzie dezodorant, uzupełniający linię kosmetyczną.

M.F.

3 systemy

Pakiet UNIVERSUM to ekskluzywne narzędzie dla aktywnych Użytkowników.
Pakiet UNIVERSUM to:

- trzysystemowy telefon Motorola Timeport*
- karta SIM z bezpłatną aktywacją
- Złoty Numer w sieci Idea
- dostęp do roamingu z chwilą aktywacji
- wybrane serwisy SMS

Motorola Timeport to pierwszy trzysystemowy telefon dostępny wyłącznie w sieci Idea.

IDEA UNIVERSUM to unikalna możliwość korzystania z jednego telefonu na 5 kontynentach w prawie 70 krajach, w tym także w USA.

SPECJALNA OFERTA DLA LUDZI BIZNESU

UNIVERSUM





TRZYSYSTEMOWY telefon Motorola Timeport



Pod numerem 0 501 400 400 czeka Twój Przedstawiciel Handlowy Idei

*Aparat posiada SIM-Lock, tzn. współpracuje tylko z kartą SIM sieci Idea.

Idealne klimaty połączeń

Dzięki roamingowi
w sieci Idea
możesz przekroczyć
wiele granic* i klimatów
pozostając
w zasięgu.







Andora, Australia, Austria, Azerbejdżan, Bahrajn, Belgia, Bośnia i Hercegowina, Bułgaria, Chorwacja, Cypr, Czechy, Dania, Egipt, Estonia, Filipiny, Finlandia, Francja, Gibraltar, Grecja, Hiszpania, Holandia, Hong Kong, Indie, Indonezja, Irlandia, Islandia, Izrael, Jordania, Jugosławia, Katar, Liban, Litwa, Łotwa, Luksemburg, Makau, Malezja, Malta, Mauritius, Mołdawia, Monako, Namibia, Niemcy, Norwegia, Portugalia, Rosja, RPA, Rumunia, Senegal, Singapur, Słowacja, Słowenia, Stany Zjednoczone Ameryki, Szwajcaria, Szwecja, Tajlandia, Tajwan, Turcja, Ukraina, Węgry, Wielka Brytania, Włochy, Wybrzeże Kości Słoniowej, Zjednoczone Emiraty Arabskie.



*Już ponad 110 operatorów w 63 krajach na 5 kontynentach współpracuje z siecią Idea

Dużo mówisz. Mało płacisz

Bezpłatna Infolinia 0-800 123456, www.idea.centertel.pl